

# HUMANISTINEN AMMATTIKORKEAKOULU

## OPINNÄYTETYÖ

### **Yhdessä saavutettavuutta kehittämässä**

Saavutettavan viestinnän opas kulttuuritoimijoille

*Outi Salo*

Kulttuurituotannon koulutusohjelma (240 op)

5/2012

# HUMANISTINEN AMMATTIKORKEAKOULU

## Kulttuurituotannon koulutusohjelma

### TIIVISTELMÄ

<b>Työn tekijä</b> Outi Salo	<b>Sivumäärä</b> 46 ja 34 liitesivua
<b>Työn nimi</b> Yhdessä saavutettavuutta kehittämässä – Saavutettavan viestinnän opas kulttuuritoimijoille	
<b>Ohjaavat opettajat</b> Arto Lindholm, Jyrki Simovaara	
<b>Työn tilaaja ja työelämäohjaaja</b> Kulttuuria kaikille -palvelu, Kehittäminen ja yhteiskuntasuhteet Kehys, Valtion taidemuseo / Aura Linnapuomi, Sari Salovaara ja Ahmed Al-Nawas	
<b>Tiivistelmä</b> <p>Opinnäytetyön tarkoituksena oli tuottaa kulttuuritoimijoille suunnattu saavutettavan viestinnän opas. Työn tilaajana oli Kulttuuria kaikille -palvelu (<a href="http://www.kulttuuriakaikille.info">www.kulttuuriakaikille.info</a>), joka toimii Valtion taidemuseon Kehittäminen ja yhteiskuntasuhteet Kehys -yksikössä. Opas toteutettiin kokoamalla alan kirjallisuudesta kulttuuritoimijoille olennaisimmat asiat yhteen. Oppaan työstämisessä auttoi usea kulttuurialan viestinnän ammattilainen ja saavutettavuusalan asiantuntija.</p> <p>Saavutettava viestintä tarkoittaa, että viesti on sekä sisällöltään että muodoltaan ymmärrettävää. Käytetyn kielen ja materiaalien visuaalisen ulkoasun on oltava selkeitä, viestinnässä tulisi käyttää useita kieliä ja verkkosivujen on oltava apuvälineillä luettavissa. Tietoa on oltava tarjolla eri muodoissa niin, että sitä voi vastaanottaa useilla eri aisteilla. Lisäksi on erittäin tärkeää, että kulttuuritoimijat kertovat oman toimintansa ja tilojensa saavutettavuudesta tekstien ja symbolien avulla.</p> <p>Saavutettavan viestinnän oppaalle oli tarvetta, sillä juuri kulttuuritoimijoille kohdennettua tietoa viestinnän saavutettavuudesta ei ollut tarjolla. Esimerkiksi verkkosivujen saavutettavuudesta on olemassa paljon erilaisia oppaita, mutta missään ei ollut koottuna kulttuuriorganisaatioiden tarpeisiin sopivaa tietoa.</p> <p>Oppaan teossa pyrittiin ottamaan kohderyhmä mahdollisimman hyvin huomioon. Yhteistyö kohderyhmän ja saavutettavuusalan asiantuntijoiden kanssa oli olennainen osa oppaan työstämistä. Opas kirjoitettiin prosessimaisesti, ja kohderyhmä pääsi palautteensa kautta vaikuttamaan oppaan sisältöön ja muotoon.</p> <p>Opas kokoaa saavutettavan viestinnän peruskysymykset helposti saatavilla olevaan verkkojulkaisuun "<a href="#">Viestintää kaikille - Saavutettavan viestinnän opas kulttuuritoimijoille</a>". Tässä opinnäytetyössä kerron, kuinka opas rakentui.</p>	
<b>Asiasanat</b> saavutettavuus, esteettömyys, viestintä, oppaat, käytettävyys, asiakaslähtöisyys	

## ABSTRACT

<b>Author</b> Outi Salo	<b>Number of pages</b> 46 and 34 attachment pages
<b>Title</b> Developing Accessibility Together – A Guide to Accessible Communication for Cultural Organisations	
<b>Supervisors</b> Arto Lindholm, Jyrki Simovaara	
<b>Subscriber and Mentor</b> Culture for All Service, Community Relations and Development Kehys, Finnish National Gallery / Aura Linnapuomi, Sari Salovaara and Ahmed Al-Nawas	
<p><b>Abstract</b></p> <p>The aim of this thesis was to produce a guide to accessible communication for cultural organisations. The subscriber of the thesis was Culture for All Service (<a href="http://www.cultureforall.info">www.cultureforall.info</a>), which is a part of Community Relations and Development Kehys of Finnish National Gallery. The guide was compiled by putting together the most relevant information from the literature on accessibility. Several experts of accessibility and communication professionals from the culture sector helped work the guide.</p> <p>Accessible communication means that both the contents and the form contribute to the understandability of the message. The language and the visual layout of the communication materials must be clear. The cultural organisations should use several languages to convey the information. The website should be readable with different assistive technologies. The information should be in different forms so that you can receive it with different senses. It is also very important to tell about the accessibility of the facilities and the cultural activities both by text form and by symbols.</p> <p>There was a need for this kind of guide, because there wasn't any information about accessible communication targeted especially for cultural organisations. There are for example several different guides to accessible websites, but there was no information targeted for the needs of cultural organisations.</p> <p>The target group was considered as carefully as possible when making the guide. Active cooperation with the target group and the experts of accessibility was an essential part of the process and they gave valuable feedback on the guide.</p> <p>The guide summarizes the main issues of accessible communication and is released in the form of a web publication. The publication is called "<a href="#">Viestintää kaikille - Saavutettavan viestinnän opas kulttuuritoimijoille</a>" ("Communication for All - A Guide to Accessible Communication for Cultural Organisations"). In this thesis I describe the process of writing the guide.</p>	
<b>Keywords</b> accessibility, communication, guide, usability, customer orientation	

## **SISÄLLYS**

TIIVISTELMÄ	2
ABSTRACT	3
1 JOHDANTO	5
1.1 Saavutettavuus	5
1.2 Viestintäoppaan tarve	7
1.3 Kulttuuria kaikille -palvelu	9
1.4 Opinnäytetyön tavoitteet	10
2 SAAVUTETTAVA VIESTINTÄ	11
3 YHTEISTYÖKUMPPANIT	16
3.1 Ohjausryhmä	18
3.2 Haastateltavat	19
3.3 Testaajat	20
3.4 Asiantuntijat	20
4 OPPAAN TYÖSTÄMINEN	21
4.1 Tavoitteena hyvä opas	21
4.2 Oppaan sisältö	22
4.3 Oppaan rakenne	28
4.4 Oppaan kieli ja tyyli	31
5 ARVIOINTI JA POHDINTA	33
5.1 Oppaan tekoprosessi	33
5.2 Tavoitteiden saavuttaminen	35
5.3 Tilaaajan arvio työstä	37
5.4 Oma oppiminen	38
5.5 Jatkotoimenpiteet	39
LÄHTEET	42
LIITTEET	47
Liite 1. Viestintää kaikille. Saavutettavan viestinnän opas kulttuuritoimijoille.	47

# 1 JOHDANTO

Opinnäytetyöni tarkoitus oli tuottaa kulttuuritoimijoille räätälöity saavutettavan viestinnän opas. Työn tilaajana oli Kulttuuria kaikille -palvelu, joka toimii Valtion taidemuseon Kehittäminen ja yhteiskuntasuhteet Kehys -yksikössä. Se on kulttuurialan saavutettavuutta ja moninaisuutta edistävä palvelu, joka muun muassa kokoaa sivustolleen tietopankkia, julkaisee ajankohtaisia uutisia sekä tekee selvityksiä ja kartoituksia.

Viestintä ja tiedottaminen liittyvät lähes kaikenlaiseen työhön. Kulttuurialalla tiedottaminen on jopa toiminnan elinehto. Ilman toimivaa tiedotustoimintaa eivät kulttuurikohteet löydä yleisöään, eivätkä voi olla kannattavia. (Parkkola 2005, 6.) Viestintä ei ole itse tarkoitus: se on keino, jolla pyritään johonkin tavoitteeseen (Siukosaari 2002, 11; Wiio 1973, 171). Jotta kulttuuritoimijoiden viestintä tavoittaisi mahdollisimman laajan yleisön, sen on oltava muodoltaan ja sisällöltään saavutettavaa. Viestinnän saavutettavuuden kehittäminen voi tuoda kulttuuriorganisaatiolle uutta yleisöä.

## 1.1 Saavutettavuus

Saavutettavuus on erilaisten ihmisten tarpeiden huomioimista. Pohjimmiltaan saavutettavuus on yhdenvertaisuuden edistämistä, sillä saavutettava palvelu on mahdollisimman monien ulottuvilla, sitä on helppo lähestyä ja se antaa mahdollisuuden osallistua ja kokea elämyksiä yksilöiden ominaisuuksista riippumatta. (Opetusministeriö 2004, 74.) Suomessa on käytetty pitkään rinnakkain termejä esteettömyys ja saavutettavuus, mutta saavutettavuus on todettu laajemmaksi ja paremmin kulttuuripalveluiden eri ulottuvuuksiin sopivaksi käsitteeksi (Opetusministeriö 2002, 12).

Esteellisyys ei ole ihmisen ominaisuus vaan tilanne, jonka ihmisen ja hänen ympäristönsä suhde ja sen toimivuus aiheuttavat. Esteellisyyttä ei ole, jos suhteen toimivuus on kunnossa. (Haglund Networks Oy 2009, 11; Svensson 2003, 25.) Myös kulttuuriorganisaatioiden tulisi huolehtia, etteivät ne toimintatavoillaan aiheuta esteellisyyttä.

Toisin kuin usein luullaan, saavutettavuuden kehittäminen ei ole aina kallista ja aikaa vievää (Opetusministeriö 2004, 10). Välillä, kun saavutettavuuden toteuttaminen edellyttäisi lisäkustannuksia, uudistuksia ei toteuteta. On kuitenkin otettava huomioon saavutettavien ratkaisujen taloudelliset vaikutukset, jotka voivat olla suoria tai epä-suoria. Esimerkiksi verkkosivujen uudistaminen saavutettavaksi voi aiheuttaa kustannuksia, mutta uudistukset tuovat paljon hyötyä asiakkaille ja itse organisaatiolle. Asenne ratkaisee: nähdäänkö saavutettavuus mahdollisuutena, rasitteena vai velvollisuutena? (Haglund Networks Oy 2009, 62.) Saavutettavuutta voi parantaa vähitellen ja vaiheittain, jolloin kertakustannukset eivät nouse ylitsepääsemättömiksi.

Saavutettavuuden tulisi sisältyä jokapäiväiseen työhön, jolloin se on luonteva osa kokonaisuutta. Esimerkiksi Valtiovaranministeriön työryhmän kehittämien julkisten verkkopalveluiden kriteereihin (2004) sisältyvät saavutettavuus ja esteettömyys, jotta niitä ei tarkasteltaisi erikseen vaan osana tavallista verkkopalvelun suunnittelua. Design for All -periaatteella toimivat yhteisöt ajavat samaa asiaa: muun muassa palvelujen käytettävyyttä edistetään kaikkien käyttäjien kannalta (Suomen Design for All -verkosto 2012).

Saavutettavuuden kehittämisen ei tulisi olla vain yksittäinen projekti vaan jatkuva prosessi. Kulttuuritoimijoiden on itse tarkistettava omia toimintatapojaan ja kehitettävä niitä saavutettavampaan suuntaan (Kulttuuria kaikille -palvelu 2012a, 43–44; Opetusministeriö 2006, 6). Kulttuuritoimijoilla on itsellään oltava kiinnostusta osallistumismahdollisuuksien parantamiseen, jotta saavutettavuus edistyisi. Loppujen lopuksi asenne on tärkein asia (ACCU Project 2007).

Saavutettavuutta voidaan lähestyä sekä yhteiskunnallisesta että asiakaslähtöisestä näkökulmasta. Jos kulttuuriorganisaatio ajattelee yhteiskuntalähtöisesti, se ottaa huomioon koko yhteiskunnan tarpeet, painottaen esimerkiksi sosiaalista vastuuta tai ympäristöasioita (Vuokko 2003, 65). Varsinkin julkista tukea saavien kulttuurilaitosten ja -tapahtumien on usein perusteltava olemassaoloon eri tavoin. Niiltä edellytetään esteettömyys- ja saavutettavuusasioiden huomiointia, jotta verovaroin tuettu toiminta olisi todella kaikille avointa. Uusimmassa hallitusohjelmassa otetaan kantaa

siihen, että kulttuurin on oltava kaikkien kansalaisten tavoitettavissa ja tällä hetkellä kulttuurin ulkopuolelle jäävien ryhmien osallisuutta on parannettava erityistoimilla (Valtioneuvosto 2011, 31, 36).

Vaikka esimerkiksi rahoittajat eivät edellyttäisi saavutettavuuden huomioon ottamista, on se kuitenkin tärkeä osa asiakaspalvelua. Asiakaslähtöinen organisaatio ottaa huomioon kaikkien sidosryhmiensä tarpeet. Asiakaslähtöisyydessä tutkitaan kohderyhmien tarpeita ja kriteereitä ja pyritään oppimaan niistä. Toiminnassa otetaan tasapainoisesti huomioon asiakkaiden ja organisaation tarpeet. Tutkimukset osoittavat, että asiakaslähtöinen toiminta tuo esimerkiksi yrityksille taloudellista hyötyä ja lisää henkilöstön motivaatiota. (Vuokko 2003, 62, 65–69.)

## **1.2 Viestintäoppaan tarve**

Saavutettavan viestinnän oppaalle oli tarvetta, koska aiheesta ei oltu aiemmin tehty kulttuuritoimijoille suunnattua materiaalia. Monia hyviä oppaita viestinnän eri osa-alueista, esimerkiksi verkkosivujen saavutettavuudesta ja selkeästä kielestä, on kyllä olemassa. Laajasti viestintään liittyvää saavutettavuustietoa ei kuitenkaan ollut kootuna ainakaan suomen kielellä. Lisäksi juuri kulttuuriorganisaatioille suunnattu opas on todennäköisesti kohderyhmälle helppokäyttöisempi kuin yleinen saavutettavan viestinnän opas. Sellaisessa kaikki asiat eivät välttämättä olisi kulttuuritoimijoille olennaisia, tai jokin tärkeä viestinnän muoto saattaisi puuttua.

Kulttuurialalla tarvitaan tietoa saavutettavasta viestinnästä. Kulttuuripalveluiden tuottajat eivät esimerkiksi yleensä tiedota tarpeeksi kulttuurikohteensa saavutettavuudesta tai tietoa ei ole saavutettavassa muodossa (Opetusministeriö 2002, 45, 58–59). Tämä ongelma on käynyt ilmi monissa eri yhteyksissä. Vuonna 2011 toteutetussa festivaalien saavutettavuuskyselyssä (Kulttuuria kaikille -palvelu 2011a) selvitettiin, miten erityisesti opetus- ja kulttuuriministeriöltä tukea saaneet festivaalit ovat ottaneet saavutettavuusasiat huomioon. Selvityksen tulosten perusteella näyttää siltä, että festivaaleilla ja kulttuuritapahtumissa riittää vielä työsarkaa viestinnän saavutettavuus-

teen liittyen. Esimerkiksi eri kielillä viestiminen oli otettu hyvin huomioon, mutta esteettömistä verkkosivuista oli huolehtinut alle puolet. Vain neljäsosa festivaaleista kertoi oman tapahtumansa esteettömyydestä viestinnässään, ja alle kymmenesosan viestintää pystyi seuraamaan eri aistien avulla. (Kulttuuria kaikille -palvelu 2011a, 4-5.)

Vammaisten ihmisten kokemukset taide- ja kulttuuripalvelujen käyttäjinä -selvityksestä (Kulttuuria kaikille -palvelu 2012a) käy ilmi, että kohteen saavutettavuudesta kertominen on usein puutteellista tai annetut tiedot voivat olla jopa virheellisiä. Siksi asiakas voi joutua näkemään paljon vaivaa varsinaisen vierailunsa eteen, esimerkiksi selvittämällä usean päivän ajan osallistumismahdollisuuksiaan tai tekemällä etukäteen tarkistuskäynnin kohteeseen (mt., 39, 41). Jos selvittäminen menee liian vaivalloiseksi, on mahdollista, että vierailu jää kokonaan tekemättä. Selvityksessä vastaajista noin 18 prosenttia oli erittäin tyytymättömiä ja noin 36 prosenttia osittain tyytymättömiä taide- ja kulttuuripalvelujen esteettömyydestä ja saavutettavuudesta kertomiseen (mt., 25). Saavutettavuudesta puutteellisesti tiedottaminen on siis koko kulttuurikentän vakava epäkohta. Ongelmana ei mielestäni ole se, ettei tietoja haluttaisi antaa, vaan se, ettei saavutettavuudesta kertomisen tärkeyttä tiedosteta.

Kulttuuria kaikille -palvelu suunnitteli syksyille 2011 kulttuuritoimijoille suunnattua viestintäkampanjaa, jossa muun muassa olisi kannustettu toimijoita viestimään saavutettavuudestaan ja esteettömyydestään. Saavutettavan viestinnän oppaan oli tarkoitus tukea omalta osaltaan kyseistä kampanjaa. Kampanja kuitenkin siirrettiin vuodelle 2012. Tämä oli opinnäytetyöni kannalta myönteinen asia, sillä viestintäopas ehti valmistua ennen kampanjointia ja opasta pystytään tuomaan hyvin esille sen aikana.

Opas julkaistaan toukokuussa 2012 Kulttuuria kaikille -palvelun verkkosivuilla, ja siksi kenellä tahansa on mahdollisuus ladata tai tulostaa se itselleen. Verkkojulkaisua on helpompi jakaa kohderyhmän käyttöön kuin painettua opasta. Lisäksi saavutettavasta viestinnästä kiinnostuneet löytävät sen verkosta todennäköisesti vaivatta.



### 1.3 Kulttuuria kaikille -palvelu

Kulttuuria kaikille -palvelu on yhteistyöhanke, joka edistää osallistumiselle avoimia ja monenlaisia yleisöjä huomioivia kulttuuripalveluja. Kulttuuria kaikille -palvelulla on opetus- ja kulttuuriministeriön erillisrahoitus, mutta hallinnollisesti se on osa Valtion taidemuseon Kehittäminen ja yhteiskuntasuhteet Kehys -yksikköä. Hanketta tukee myös Suomen museoliitto. Palvelussa työskentelee tällä hetkellä neljä henkilöä. Kulttuuria kaikille -palvelun toimisto sijaitsee Ateneumin taidemuseon kanssa samassa rakennuksessa. (Kulttuuria kaikille -palvelu 2011b.)

Kulttuuria kaikille -palvelu aloitti toimintansa kolmivuotisena kehittämishankkeena vuonna 2003, jolloin Kehys oli hankkeen koordinoijana (Opetusministeriö 2006, 14). Palvelu on valtakunnallinen toimija, joka tarjoaa kulttuuritoimijoille verkkosivuillaan tietoa saavutettavuudesta ja moninaisuudesta sekä konkreettisia työkaluja niiden edistämiseen. Lisäksi palvelulta voi tilata koulutusta ja saavutettavuuskartoituksia. Yhtenä viestinnän väylänään palvelu ylläpitää ajankohtaisia asioita esille nostavaa sähköpostilistaa. Lista on tarkoitettu kaikille, joita kiinnostaa taiteen ja kulttuurin saavutettavuus sekä moninaisuuteen liittyvät kysymykset. Kulttuuria kaikille -palvelulle tulee kysymyksiä kulttuuripalveluiden tuottajilta, oppilaitoksilta, opiskelijoilta, kansalaisjärjestöiltä, kuntien ja valtion hallinnoilta sekä yrityksiltä ja toimittajilta (Kulttuuria kaikille -palvelu 2012b, 5).

Kulttuuria kaikille -palvelu edistää erityisesti kieli- ja kulttuurivähemmistöjen sekä toimimisesteisten kulttuurisia oikeuksia, ja sen arvoin kuuluu kaikkein voimakkaimpana yhdenvertaisuus. Saavutettavuutta kehittämällä helpotetaan kuitenkin kaikenlaisten ihmisten osallistumista kulttuuritoimintaan (Opetusministeriö 2006, 5). Kulttuuria kaikille -palvelun lopullisena tavoitteena on, että hyvä saavutettavuus ja moninaisuuden huomioiminen on itsestään selvä osa kaikkea kulttuuritarjontaa ja että palvelujen soveltuvuus kaikille tarkistetaan rutiininomaisesti (Opetusministeriö 2004, 10; Opetusministeriö 2006, 15).

Opetus- ja kulttuuriministeriö pyrkii parantamaan kulttuurin saavutettavuutta ja moninaisuutta resurssi-, informaatio- ja tulosohjauksella ja Kulttuuria kaikille -palvelu tar-

joamalla tietoa. Kulttuuria kaikille -palvelu on tehnyt saavutettavuuden käsitettä tunnetuksi ja kehittänyt konkreettisia työkaluja, kuten tarkistuslistoja, kulttuuritoimijoiden avuksi saavutettavuuden edistämiseen. Palvelun verkkosivustolla ([www.kulttuuriakaikille.info](http://www.kulttuuriakaikille.info)) on kattava materiaalipankki, johon sisältyy myös muiden toimijoiden tuottamia materiaaleja.

## 1.4 Opinnäytetyön tavoitteet

Opinnäytetyöni tarkoituksena oli koota helppolukuinen ja tiivis mutta kattava opas kulttuuritoimijoille siitä, kuinka viestinnästä voidaan tehdä saavutettavaa. Opinnäytetyön toiminnallinen osuus oli oppaan laatiminen. Tavoitteenani oli saada aikaan opas, jota on helppo käyttää ja joka käsittelee viestinnän eri osa-alueet mahdollisimman monipuolisesti. Pyrin siis saamaan aikaan kohderyhmän tarpeisiin soveltuvan oppaan. Oppaan avulla oli lisäksi tarkoitus levittää tietoa saavutettavasta viestinnästä.

Oppaan kohderyhmänä ovat ne ihmiset, jotka vastaavat viestinnästä kulttuuriorganisaatioissa. Suuntasin oppaan ensisijaisesti suurempien kulttuuriorganisaatioiden tiedottajille ja muille viestinnästä vastaaville henkilöille, mutta opas soveltuu myös pienemmän organisaation käyttöön. Kohderyhmässä on pääasiassa viestinnän ammattilaisia, mutta opasta voivat käyttää sellaisetkin kulttuuriorganisaatioissa työskentelevät ihmiset, joilla ei ole viestinnän alan koulutusta. Oppaassa täytyi siis olla aitoa alan sanastoa, mutta sen oli oltava ymmärrettävä niille, jotka eivät ammattikieltä tunne.

Halusin ottaa kohderyhmän oppaan tekoon mukaan. Siksi pyysin avuksi yhteistyökumppaneita eri kulttuuriorganisaatioista. He olivat pääasiassa tiedottajia ja muita viestinnästä vastaavia henkilöitä. Lisäksi keräsin palautetta ja kommentteja myös saavutettavuusalan asiantuntijoilta. Kulttuuria kaikille -palvelun henkilökunta ohjasi oppaan tekemistä ja sain heiltä paljon tukea ja asiantuntevia kommentteja koko prosessin ajan.

Tarkoituksena oli, että opas huomioisi moninaisuuden, sisältäen saavutettavuuden ja monikulttuurisuuden. Moninaisuus- tai diversiteetti-termillä voi korvata aiemmin käytössä olleen monikulttuurisuus-termin, sillä monikulttuurisuus-käsitteen mukaan erilaisuus nähdään ”muissa”. Monikulttuurisessa yhteiskunnassa toisten erilaisuus suvaitaan ja hyväksytään. Monikulttuurisuus-käsite viittaa kuitenkin oletukseen siitä, että erilaiset selkeät kulttuurit elävät vierekkäin ja rinnakkain. Moninaisuus-termin käyttö kertoo ajattelutavasta, jonka mukaan erilaisuutta nähdään kaikissa, myös valtakulttuurin sisällä, eikä tehdä eroa meihin ja muihin. (Salovaara & Tuura 2009, 13.) Oppaassa pyrin tuomaan esiin, että saavutettavuuden kehittäminen palvelee kaikkia, ei pelkästään tiettyjä kohderyhmiä.

Opinnäytetyön teon aikana yhtenä tavoitteenani oli selvittää, miten laaditaan hyödyllinen ja tehokas opas. Samalla minun oli tarkoitus pohtia, miten sen laadinnassa hyödynnetään yhteistyötahoja eli tässä tapauksessa kulttuurialan ammattilaisia ja saavutettavuusalan asiantuntijoita. Tarkoituksena oli tarkkailla kriittisesti omaa kirjoittamisprosessia, yhteistyön tapoja ja sitä, miten opas muotoutuu.

## 2 SAAVUTETTAVA VIESTINTÄ

Saavutettavaa viestintää on helppo ymmärtää ja se avautuu erilaisille vastaanottajille (ACCU Project 2007). Viestinnän saavutettavuus tarkoittaa sitä, että annettu informaatio on sisällöltään ymmärrettävää ja ulkoasultaan selkeää sekä helppokäyttöistä ja helposti saatavilla. Saavutettavan viestinnän edellytyksenä on muun muassa se, että käytettävä kieli on selkeää, verkkosivuja voi selata erilaisilla apuvälineillä ja viestinnässä käytetään esteettömyydestä kertovia symboleja. Viestinnän saavutettavuuteen liittyy lisäksi se, mihin omasta toiminnasta tiedotetaan. Tiedotusta voi suunnata myös esimerkiksi moninaisuutta edustaville järjestöille. (Kulttuuria kaikille -palvelu 2012c.)

Yleisesti ottaen hyvä viestintä on vastaanottajan mielestä hänen tarkoitusperiään vastaavaa. Jos vastaanottaja esimerkiksi etsii tietoa, hän pitää hyvänä viestintää, josta hän saa vastaukset kysymyksiinsä. (Vuokko 2002, 69.) Kulttuuriorganisaation viestinnästä vastaavan henkilön olisikin ulkoista viestintää suunnitellessaan muistettava ajatella koko ajan yleisön näkökulmaa: mitä tietoa he tarvitsevat ja missä muodossa?

Saavutettavaa viestintää suunniteltaessa on otettava huomioon, että ihmiset vastaanottavat tietoa eri tavoin, esimerkiksi eri aistien avulla. Tietoa voi välittää yhtä aikaa tai vaihtoehtoisesti sekä visuaalisena viestinä että äänenä (Opetusministeriö 2004, 12). Informaatiota kannattaa muutenkin tarjota useassa erilaisessa muodossa – esimerkiksi painettuna, sähköisenä, äänenä, kuvana, videona, pistekirjoituksella ja isokirjoituksella. Tiedon tarjontaa ei kannata jättää vain yhden aistin varaan. (ACCU Project 2007; Haglund Networks Oy 2009, 12; Opetusministeriö 2002, 13.)

Saavutettavan viestinnän suunnittelussa voi lähteä liikkeelle miettimällä, mitkä viestintäkanavat ovat omalle organisaatiolle tärkeimpiä ja kuinka kohderyhmillä on tapana viestiä organisaation kanssa. Ensiksi kannattaa paneutua näiden tärkeimpien kanavien saavutettavuuteen ja mahdollisiin puutteisiin. Kaikkea ei tarvitse eikä kannata muuttaa kerralla. (Handisam 2007, 5, 10–11, 14.)

Viestinnän suunnitteluvaiheessa määritellään kohderyhmät (Siukosaari 2002, 21). Kohderyhmille tiedotetaan juuri heille suunnatuista palveluista. Esimerkiksi paljon ääneen ja tilaan tai esimerkiksi tuoksuihin perustuvia kulttuurielämyksiä voi markkinoida näkövammaisten järjestöille (Opetusministeriö 2004, 36). Vastaavasti tieto viittomakielisistä palveluista tavoittaa parhaiten kohderyhmänsä, jos palveluista tiedottaa viittomakielisille järjestöille – mielellään viittomakielellä.

Tiedottamisessa olennaisempaa kuin kanavien runsaus on tiedon helppo saatavuus. Kanavia valitessa pitää miettiä kohderyhmien tarpeita ja tottumuksia. Usein lähettäjä valitsee itselleen helpoimman kanavan, vaikka vastaanottajan huomioon ottaminen olisi hedelmällisempää. (Hämäläinen & Maula 2004, 81.) Esimerkiksi pelkkä suomen kielellä kirjoitettu verkkoteksti ei ole kaikkien ymmärrettävissä tai saatavilla.

Kaikessa saavutettavuuden kehittämisessä on hyödyllistä olla yhteydessä esimerkiksi vähemmistöjen järjestöihin ja erityisryhmien edustajiin. Heiltä saa konkreettisia neuvoja ja hyviä ideoita. (Handisam 2007, 14.) Yhteistyö on yleensä hedelmällisintä jo suunnitteluvaiheessa, sillä silloin kaikkien tarpeet otetaan huomioon alusta asti. Tämä tulee yleensä edullisemmaksi kuin muutosten tekeminen jälkikäteen. (ACCU Project 2007, Haglund Networks Oy 2009, 21.) Lisäksi vaikkapa verkkosivuston lomakkeen kautta kerättävä asiakaspalaute viestinnästä ja muusta toiminnasta auttaa kehittämään toimintaa.

Yksi saavutettavan viestinnän peruspilareista on se, että viestinnässä käytetään useaa eri kieltä. Eri kielivähemmistöt ja matkailijat jäävät helposti kulttuuritoiminnan ulkopuolelle, jos he eivät saa edes perustietoa kohteesta ymmärtämällään kielellä. Huomioon otettavia kielivaihtoehtoja ovat myös viittomakieli ja selkokieli. Selkokieli on suomen kielen muoto, joka on mukautettu yleiskieltä luettavammaksi ja ymmärrettävämmäksi. Selkokieli on suunnattu ihmisille, joilla on vaikeuksia lukea tai ymmärtää yleiskieltä. (Selkokeskus 2011.)

Usein puhutaan selkokielistämisestä silloin, kun halutaan saada jokin vaikea yleiskielinen tai ammattikielillä kirjoitettu teksti ymmärrettävämpään muotoon. Selkokieli olisi kuitenkin pidettävä erillään erityisryhmille tarkoitettuna kielimuotona, sillä sen on tarkoitus olla selvästi yleiskieltä helpommin ymmärrettävää. Koko kieliyhteisölle tarkoitusta, ymmärrettävästä tekstistä voidaan puhua selkeänä yleiskielenä. (Kulkinen 2002, 36; Virtanen 2009, 16.)

Selkeään ja ymmärrettävään, kohderyhmälle sopivaan kieleen kannattaa kiinnittää huomiota, oli informaatio millä kielellä tahansa. Kaksi ymmärrettävyyden tärkeintä tekijää ovat sanojen valinta ja tekstin monimutkaisuuden aste, johon vaikuttavat esimerkiksi pitkät lauseet ja monimutkaiset kieliopilliset rakenteet (Wiio 2009, 98). Kielen ymmärrettävyyteen vaikuttavat lisäksi tekstin jäsenitys, verbien käyttö ja muodot, sanojen ja ilmausten järjestys, sijamuotojen käyttö, tekstin sidoksisuus sekä ajatusten kytkeminen toisiinsa. (Kortetjärvi-Nurmi, Kuronen & Ollikainen 2009, 30.) Ymmärtämisestä voi lisäksi helpottaa tekstiä tukevilla kuvilla.

Tekstin luettavuus on tärkeä asia saavutettavuuden kannalta. Teksti on luettavaa, jos lukija ymmärtää lukemansa ja olennaiset asiat jäävät hänen mieleensä (Vanhanen 2002, 215). Luettavuuteen liittyvät tekstin ymmärrettävyyden lisäksi selkeä typografia sekä tekstin kiinnostavuus ja merkittävyys lukijalle (Kortetjärvi-Nurmi ym. 2009, 30).

Materiaalien visuaalinen ulkoasu on tärkeä tekijä viestin ymmärrettävyydessä. Yksinkertaisella ja rauhallisella ulkoasulla olennaisimmat asiat nousevat hyvin esiin ja lukija voi keskittyä sisältöön. (Kortetjärvi-Nurmi ym. 2009, 134.) Hieno ulkoasu ja luettavuus eivät ole ristiriidassa keskenään (Handisam 2007, 4).

Saavutettavaan viestintään liittyy olennaisesti kohteen saavutettavuudesta kertominen. Saavutettavuustiedot ovat tärkeitä muillekin kuin liikuntaesteisille henkilöille (Kulttuurikaikille -palvelu 2012a, 14). Tiedottamisessa tulee kertoa kulttuuripalvelun saavutettavuudesta ja esteettömyydestä, myös silloin kun se ei toteudu tai toteutuu vain osittain (ACCU Project 2007; Opetusministeriö 2004, 12). Kulttuurikaikille -palvelussa sekä opetus- ja kulttuuriministeriössä tehdyissä selvityksissä (Kulttuurikaikille -palvelu 2011a ja 2012, Opetusministeriö 2002, 44–45) on käynyt ilmi, että toimimisesteiset henkilöt saavat usein liian vähän ennakkotietoa kulttuurikohteen saavutettavuudesta. Kävijöillä pitäisi olla mahdollisuus arvioida itsenäisesti etukäteen kulttuuritoimijan antamien tietojen perusteella, voivatko he osallistua.

Saavutettavuustietojen oikeellisuudesta on pidettävä tarkasti huolta: ne kannattaa tarkistaa ensin esimerkiksi kartoituksen avulla, jotta organisaatio ei anna vääriä tietoja itsestään (Opetusministeriö 2004, 15, Kulttuurikaikille -palvelu 2012a, 14). Kaikkein ikävin tilanne on sellainen, jossa luvutat saavutettavat palvelut eivät käytännössä olekaan saavutettavia. Epävarmuus tietojen oikeellisuudesta voi estää osallistumisen (Kulttuurikaikille -palvelu 2012a, 14). Siksi käytetyt saavutettavuuden kriteerit (esimerkiksi esteetön pysäköinti – pysäköintiruudun koko ja etäisyys sisäänkäynnistä) on hyvä mahdollisuuksien mukaan tuoda esille viestinnässä (Svensson 2003, 41). Saavutettavuusvastaavan nimeäminen on hyvä käytäntö: organisaatiossa voidaan valita henkilö, jolta asiakkaat voivat etukäteen kysyä lisätietoja kohteen saavutettavuudesta (Kulttuurikaikille -palvelu 2011c, 1).

Symbolit ovat ymmärrettäviä myös niille, joille luetun tekstin ymmärtäminen tuottaa vaikeuksia. Symboleja käytetään esimerkiksi kohteen saavutettavuudesta kerrottaessa sekä opasteissa (Opetusministeriö 2004, 12, 15). Ne ovat parhaimmillaan ymmärrettäviä suurimmalle osalle ihmisistä ja oikein sijoitettuina ne helpottavat paljon viestintää. Kohokuvina toteutettuja selkeitä symboleja voivat ymmärtää myös näkövammaiset henkilöt. Myös symboleiden käytössä tarkkuus on tärkeää: saavutettavuus on tarkistettava, ennen kuin käyttää saavutettavuuteen viittaavaa symbolia.

Verkkosivuilla käytettävyys on kaiken perusta. Jos käyttäjä ei nopeasti löydä hake- maansa, hän siirtyy etsimään tietoa muualta. KäytettävyYTEEN liittyvät esimerkiksi sivujen latautumisen nopeus ja sisällön tarkoituksenmukaisuus. (Kortetjärvi-Nurmi ym. 2009, 133; Vanhanen 2002, 214.) Helppokäyttöisyys ei kuitenkaan ole esteettömyyden tae (Haglund Networks Oy 2009, 24).

Yleensä verkkopalvelut voidaan tehdä esteettömiksi ilman merkittäviä lisäkustannuksia (Ohtonen 2002, 72). Verkkosivujen suunnittelu vaatii huolellisuutta, sillä ihmiset käyttävät internetiä monilla eri tavoilla, kuten eri selaimilla (tekstipohjaisilla ja graafisilla), ohjaustavoilla, apuvälineillä (esim. ruudunlukuohjelma), erikokoisilla näytöillä, eri aistien avulla, erilaisilla resoluutioilla ja eri käyttöjärjestelmillä. (Opetusministeriö 2004, 16; Valtiovarainministeriö 2004, 30; Vanhanen 2002, 214). Verkkosivustosta ei tarvitse tehdä saavutettavuuden takia erillisiä versioita, esimerkiksi tekstiversiota. Riittää, että sivusto on rakennettu oikein. (Älli & Kara 2009, 20.)

Verkkosivuston saavutettavuudesta ei ole vielä tehty varsinaisia standardeja. World Wide Web Consortiumin eli W3C:n luoma ohjeistus, [Verkkosisällön saavutettavuusohjeet \(WCAG\) 2.0](#), on kuitenkin kattava ohjeisto. WCAG-ohjeita kannattaa noudattaa esteettömien verkkosivujen luomisessa.

Näkövammaiset henkilöt tarvitsevat tekstiä suurentavaa ohjelmaa, ruudunlukuohjelmaa tai pistekirjoitusnäyttöä verkon selaamiseen (Näkövammaisten Keskusliitto ry 2012). Verkossa saavutettavuusongelmat liittyvät usein siihen, ettei sivustoilla ole

otettu huomioon apuvälineiden käyttäjää. Verkkosivuston teknisen alustan toimivuus tulisikin testata ainakin näkövammaisen käyttäjän kannalta.

Teknisen toteuttajan lisäksi sivuston ylläpitäjällä on mahdollisuus vaikuttaa sivuston saavutettavuuteen. Ruudunlukuohjelman käyttäjä joutuu käymään kaikki elementit yksitellen läpi, sillä hän ei voi silmäillä sivustoa. Siksi linkkien nimien on oltava kuvaavia. ”Lue lisää” tai ”klikkaa tästä” ei kerro lukijalle mitään. Sivuston otsikot merkitään otsikoiksi HTML-kielellä, pelkkä isommaksi muotoilu tai muu korostus ei riitä. Ruudunlukuohjelma ei erota otsikoita muotoilun avulla, joten ilman oikeita merkintöjä tekstistä tulee yhtä massaa. (Älli & Kara 2009, 12.)

Verkkosivuilla tarjottavat ääni-, kuva- ja videotiedostot sekä graafiset elementit on hyvä tarjota myös tekstivaihtoehtona esimerkiksi näkövammaisia ja viittomakielisiä ajatellen. Jokaiseen kuvaan, myös symboleihin, sidotaan alt-määrite, jotta ruudunlukuohjelmaa käyttävä henkilö saisi tietoa kuvan sisällöstä. (Svensson 2003, 38; Valtiovarainministeriö 2004, 39–40; Älli & Kara 2009, 21.) Alt-määrite on lyhyt kuvaileva teksti, joka toimii vaihtoehtona kuvalle (Teräsvirta 2007, 22). Alt-määritteet auttavat lisäksi hakukoneita löytämään sivuston. Myös sosiaalisessa mediassa, jossa kuvien rooli on yleensä suuri, kannattaa kuville tarjota tekstivaihtoehto esimerkiksi kuvatekstin avulla.

### 3 YHTEISTYÖKUMPPANIT

Oppaan kohderyhmään kannattaa tutustua ja kohderyhmän edustajien kanssa on hyvä keskustella (Rentola 2008, 92). Minulle oli alusta asti selvää, että tarvitsisin oppaan tekemiseen kohderyhmän apua saadakseni siitä parhaan mahdollisen. Ajattelin, että olisi tärkeää saada mukaan sekä kulttuuriorganisaation viestinnästä vastaavia henkilöitä että saavutettavuusalan asiantuntijoita.



Kulttuuria kaikille -palvelun henkilökunta, erityisesti Sari Salovaara, lupasi jo opinnäytetyön tilaamisen yhteydessä ohjata oppaan tekoa. Yhteistyö Kulttuuria kaikille -palvelun kanssa oli koko oppaan tekoprosessin ajan tiivistä. Lisäksi Valtion taidemuseon viestintäpäällikkö Pia Mäkinen oli mukana ohjaamassa oppaan tekoa. Päätimme kuitenkin tilaajan kanssa, että olisi ehkä hyvä perustaa jonkinlainen ohjausryhmä tai ainakin hankkia viestinnästä vastaavia henkilöitä kulttuurin eri aloilta ja saavutettavuusalan asiantuntijoita ohjaamaan työtä ja kertomaan mielipiteitään oppaasta.

Kesän aikana ajatukseni yhteistyökumppaneista selkeni. Ajattelin, että mukaan olisi hyvä saada kolmen- tai neljänlaisia yhteistyökumppaneita, jotka kommentoisivat opasta ja sen eri vaiheita tai olisivat muuten mukana auttamassa sen teossa. Nimesin nämä ryhmät seuraavasti: ohjausryhmä, haastateltavat ja testaajat. Ohjausryhmän oli tarkoitus olla kiinteästi mukana koko prosessissa, haastateltavien auttaa työn alussa oppaan sisällön rajaamisessa ja testaajien kommentoida opasta lopuksi.

Lisäksi ajattelin, että olisi järkevää luettaa opasta keskeneräisenä eri vaiheissa muillakin kulttuuritoimijoilla. Lähtökohtanani oli se, että mitä enemmän kommentteja saan erilaisilta toimijoilta, sen parempi oppaasta todennäköisesti tulee. Näitä henkilöitä kutsuin satunnaisiksi kommentoijiksi. Lopulta tällaisiksi lukijoiksi pyysin opiskelutovereitani Sara Peltolaa ja Sini Kaartista.

Keräsin mahdollisia yhteistyökumppaneita omista kontakteistani, Kulttuuria kaikille -palvelun yhteistyölistasta sekä näiden tuttujen kontaktien ulkopuolelta. Haastavaa tässä toimintatavassa oli valita, keitä pyytäisin haastatteluun ja keitä testaamaan. Mikä toimija olisi kaikkein hyödyllisin missäkin roolissa?

Tarkoituksena oli saada viestintäihmisiä mukaan kattavasti erilaisista organisaatioista eri rooleihin. Minun oli huomioitava sekä organisaation edustama kulttuurin laji että organisaation koko. Minua ei olisi hyödyttänyt saada kommentteja vaikkapa vain suurilta museoilta. Oppaan oli tarkoitus huomioida moninaisuus, ja niinpä sen tekoonkin tarvittiin moninaisuutta.

Osa yhteistyökumppaneista antoi kommenttinsa sähköisesti. Toisten kanssa keskustelin kasvokkain, ja tällöin tein koko ajan tarkkoja muistiinpanoja kehitysehdotuksista ja muusta keskustelusta. Tein muistiot myös keskusteluista tilaajan kanssa. Dokumentoin siis prosessia jatkuvasti.

Kulttuuria kaikille -palvelu oli mukana päättämässä, kuka olisi sopiva mihinkin rooliin. Tilaajan kommentit olivatkin erittäin hyödyllisiä ja muokkasin listojani paljon heidän ehdotustensa mukaan. Suurin osa ihmisistä, joihin otin yhteyttä, suostui heti auttamaan oppaan teossa. Monia aihe tuntui kiinnostavan kovasti.

Aivan työn loppuvaiheessa annoin kaikille oppaan teossa mukana olleille mahdollisuuden tarkistaa viittaukset, jotka olen heidän lausuntoihinsa tässä opinnäytetyössä tehnyt. Suurin osa käytti mahdollisuuden hyväkseen.

### **3.1 Ohjausryhmä**

Ohjausryhmään olivat jo opinnäytetyöstä sopimisen aikoihin lupautuneet silloinen projektipäällikkö, nykyinen erityisasiantuntija Sari Salovaara Kulttuuria kaikille -palvelusta, lehtori Jyrki Simovaara HUMAKista ja viestintäpäällikkö Pia Mäkinen Valtion taidemuseosta. Silloin ei vielä varsinaisesti puhuttu ohjausryhmästä. Ohjausryhmän tarkoitus oli sitoutua kommentoimaan oppaan eri versioita tasaisin väliajoin, mutta vielä opinnäytetyön teon alussa ei tiedetty, tapahtuisiko tämä kasvokkain vai esimerkiksi sähköpostitse.

Ohjausryhmäidea ei toteutunut aivan suunnitelmien mukaisesti. Vaikka kukin ryhmän jäsen osallistui oppaan kommentointiin, ohjausryhmä ei kokoontunut kertaakaan yhdessä keskustelemaan oppaasta. Sain kuitenkin tasaisin väliajoin ohjausta ja kommentteja erityisesti Kulttuuria kaikille -palvelun projektisuunnittelija Aura Linnapuomilta ja monikulttuurisuusasiantuntija Ahmed Al-Nawasilta, vaikka he eivät alun perin ohjausryhmään sitoutuneetkaan. Kulttuuria kaikille -palvelu oli siis jatkuvasti mukana oppaan tekoprosessissa.

### 3.2 Haastateltavat

Haastateltaviin pyysin kulttuuriorganisaatioissa työskenteleviä viestinnän ja tiedottamisen vastuhenkilöiltä. Heidän kanssaan keskustellessani selvitin, minkälaista viestintää heidän organisaatioissaan tehdään. Haastattelumateriaali auttoi oppaan raja-uksessa ja lisäksi hahmotin haastattelujen jälkeen paremmin, mikä on kulttuuriorganisaatioille olennaista viestintää. Toki pidin koko ajan mielessä, etteivät muutaman organisaation toimintatavat anna missään nimessä kattavaa kuvaa kulttuurin kentästä.

Haastattelujen tarkoituksena ei ollut tutkia tarkasti kulttuuriorganisaatioiden viestintää, vaan saada suuntaa-antavaa tietoa siitä, millaista viestintää kulttuuriorganisaatioissa on, mikä koetaan tärkeäksi, miten saavutettavuutta on otettu huomioon, mitkä viestintämateriaalit tuotetaan itse ja mitkä tilataan yleensä ostopalveluna. Tarkoitukseni oli yksinkertaisesti selvittää, tukevatko haastattelemini henkilöiden kertomat asiat omaa käsitystäni kulttuuriorganisaatioiden viestinnästä.

Päätimme Kulttuuria kaikille -palvelun kanssa, että haastatteluihin ja testaajiin olisi hyvä saada yksi viestinnästä vastaava henkilö teatterista, orkesterista, museosta, kulttuuritapahtumasta sekä kirjastosta. Lisäksi halusin toteuttaa nämä haastattelut kasvokkain, joten valitsin pääkaupunkiseudun toimijoita. Haastateltaviksi pyysin lopulta Espoon kaupunginkirjaston viestintäkoordinaattori Marjut Saloniemen, Etnosoi!-festivaalin tiedottaja Riikka Hiltusen, Espoon modernin taiteen museo EMMAn viestintäpäällikkö Leena Joutsenniemen, Espoon Kaupunginteatterin tiedottaja Marika Agarthin sekä Helsingin kaupunginorkesterin viestintäpäällikkö Marianna Kankare-Loikkasen (sähköpostihaastattelu).

### 3.3 Testaajat

Hankin oppaalle testaajia, jotka olivat kulttuuriorganisaatioiden viestinnästä vastaavia henkilöitä. Tarkoitus oli, että he lukisivat oppaan ensimmäistä kertaa vasta viimeistelyvaiheessa. Halusin saada ulkopuolisen arvion siitä, kuinka onnistunut ja käyttökelpoinen opas on.

Testaajat lukivat oppaan jo lokakuussa 2011, jolloin opas oli keskeneräisempi kuin olin ajatellut sen olevan. Jälkikäteen ajateltuna tämä ei ollut ollenkaan huono asia. Palautetta on helpompi antaa keskeneräisestä kuin viimeistellystä tekstistä, sillä muokkausvaiheessa kirjoittaja on avoimempi palautteelle. Valmiiseen tekstiin saattaa sitoutua niin paljon, ettei halua tehdä suuria muutoksia. (Tuominen 2008, 38.) Testaajilla oli todella vaikutusta oppaan muotoutumiseen, kun he pääsivät antamaan palautetta keskeneräisestä tekstistä.

Testaajiksi pyysin Flow-festivaalin tiedottaja Matti Niveksen, Amos Andersonin taidemuseon intendentti Kaj Martinin, musiikkiteatteri Kapsäkin johtaja Reetta Ristimäen sekä Vantaan kaupunginkirjaston tiedottaja Minna Saastamoisen. He saivat oppaan noin viikon ajaksi luettavakseen ja antoivat sen jälkeen kommenttinsa ja arvionsa oppaasta. Tapasin kolme heistä kasvokkain, yksi antoi palautteen sähköpostilla.

### 3.4 Asiantuntijat

Luetin opasta saavutettavuusalan asiantuntijoilla työn loppuvaiheessa, sillä halusimme varmistaa oppaan tiedot oikeiksi ja ristiriidattomiksi. Kulttuurikaikille -palvelun erityisasiantuntija Sari Salovaara ja projektisuunnittelija Aura Linnapuomi tekivät yleistarkistuksen oppaalle, minkä jälkeen pyysimme muita asiantuntijoita tarkistamaan tietyt luvut.

Asiantuntijat tarkistivat oppaan helmikuussa, ja heillä oli kaksi viikkoa aikaa lukea opas. IT-suunnittelija Sami Älli Kehitysvammaliitto ry:n Papunet-verkkopalvelu-

yksiköstä tarkisti luvun 5.1 Verkkosivut. Verkkotiedottaja Tommi Pätynen ja mediatiedottaja Kirsti-Sisko Salonen Näkövammaisten Keskusliitto ry:stä tarkistivat luvut 3.1 Ulkoasun suunnittelu ja 5.1 Verkkosivut. FM Markus Itkonen tarkisti luvun 3.1 Ulkoasun suunnittelu.

## 4 OPPAAN TYÖSTÄMINEN

### 4.1 Tavoitteena hyvä opas

Oppaan työstämistä aloittaessani pohdin, mitkä asiat mielestäni tekevät hyvän oppaan. Opasta suunnitellessa täytyy lähteä liikkeelle lukijan tarpeista, ja lukijaan keskittyminen on tärkeää koko prosessin ajan (Rentola 2008, 92). Mielestäni oppaan tulisi sisältää vain tarpeellista tietoa ja olla räätälöity kohderyhmälle. Pidin erityisen tärkeänä, että oppaasta tulisi helppokäyttöinen ja että se kestäisi aikaa. Oppaassa ei siis saisi olla nopeasti vanhentuvaa tietoa, eikä se saisi olla liian pitkä tai vaikealukuinen. Tarkoitukseni oli, että mahdollisimman moni kulttuuritoimija ottaisi oppaan oikeasti käyttöön.

Oppaan tarkoitus on auttaa lukijaa tietämään, tekemään ja oppimaan uutta (Rentola 2008, 92). Tiedon täytyy löytyä oppaasta helposti ja oppaan on oltava käytännönläheinen. Tätä toivoi erikseen osa haastattelemistani tiedottajista ja viestintäpääälliköistä (Agarh 2011; Joutsenniemi 2011).

Tietosisällön lisäksi oppaan tyyli vaikuttaa sen käytettävyyteen. Kannustava sävy tekee lukemisesta miellyttävää ja innostaa työhön. Missään nimessä opasta ei kannata muotoilla syylistäväksi. Lisäksi saavutettavan viestinnän oppaan täytyy täyttää yleiset hyvän tietotekstin ominaisuudet. Sen on oltava loogisesti etenevä ja ymmärrettävä, ja sen kieliasun on oltava huoliteltua.

Viestintää kaikille -opas on hyvä esimerkki prosessikirjoittamisesta. Olen työstänyt opasta lähes vuoden ajan, luettanut keskeneräisiä versioita useaan otteeseen eri henkilöillä, saanut niistä palautetta ja jatkanut taas kirjoittamista. Palaute on vaikuttanut koko ajan tekstin muotoutumiseen ja auttanut kirkastamaan oppaan ydintä. Tavoitteena ei missään vaiheessa ollut saada tekstiä kerralla tai erityisen nopeasti valmiiksi. Säilytin tekstistä vanhat versiot, jotta niihin pystyi tarvittaessa palaamaan.

Oppaan nimeksi tuli ”Viestintää kaikille. Saavutettavan viestinnän opas kulttuuritoimijoille”. Otsikko kertoo yksiselitteisesti, mistä oppaassa on kyse. Se viittaa myös siihen, että saavutettava viestintä hyödyttää kaikkia, ei pelkästään niin sanottuja erityisryhmiä.

## 4.2 Oppaan sisältö

Pyrin saamaan oppaasta mahdollisimman käytettävän ja tehokkaan muun muassa rajaamalla ja kohdentamalla tietoa kulttuuriorganisaatioille sopivaksi. Tässä minua auttoivat tekemäni haastattelut sekä aiemmat kokemukseni siitä, millaista viestintää kulttuuriorganisaatioissa on. Loppuvaiheessa testaajat pääsivät vaikuttamaan rajaukseen.

Aivan aluksi minun piti tehdä selvä ero ”hyvän viestinnän oppaan” ja ”saavutettavan viestinnän oppaan” välillä, sillä tavoitteena oli keskittyä nimenomaan saavutettavuuteen. Toki saavutettava viestintä voi olla hyvää viestintää ja todennäköisesti onkin, mutta tarkoituksena ei ollut antaa neuvoa kaikista viestintään liittyvistä asioista, vaan pelkästään saavutettavuudesta. Siksi oppaasta rajautuivat pois esimerkiksi tiedotteet, sillä niihin ei jäänyt yleisohjeiden lisäksi erillisiä saavutettavuusohjeita. Huomasin kuitenkin, että tekstiin lipsahti pitkin matkaa tietoja, joiden luulisi olevan itsestään selvyyksiä tiedottajille. Sain jatkuvasti olla tarkkana siitä, että rajaan pois ohjeet ja johdannot, jotka eivät varsinaisesti liity saavutettavuuteen.

Saavutettavasta viestinnästä ja viestinnästä ylipäättään on olemassa paljon lähdekirjallisuutta, sekä painettua että verkkomateriaalia. Aloitin oppaan tekemisen tutustumalla näihin lähteisiin ja saadakseni kokonaiskuvan saavutettavasta viestinnästä. Tiedosta ei ollut puutetta, pikemminkin sitä joutui karsimaan jatkuvasti opasta varten.

Oppaan tietomäärän rajaaminen oli välillä vaikeaa. Aluksi mietin, tulisiko oppaaseen tietoa sekä organisaation ulkoisesta että sisäisestä viestinnästä, puheviestinnästä ja ei-kielellisestä viestinnästä. Suomalainen viestintä on melko painottunutta kirjalliseen viestintään. Siksi kirjallisesta viestinnästä löytyi ylivoimaisesti eniten tietoa, ja opas alkoi painottua siihen. Lisäksi haastateltavani mainitsivat lähes poikkeuksetta pelkästään kirjallisen viestinnän kanavia, ellen erikseen kysynyt suullisesta viestinnästä. Ei-kielelliseen viestintään kuuluu muun muassa materiaalien ulkoasu, jonka otimme mukaan oppaaseen.

Totesimme syksyn ensimmäisessä palaverissamme Kulttuuria kaikille -palvelussa, että sisäistä viestintää ei ehkä kannata nostaa omaksi osiokseen, ja puheviestinnän voi jättää muutaman oleellisen maininnan tasolle. Lopulta jätin oppaaseen luvun 5.5 Suullinen esitys, jonka alle jätin tietoa puhe-esitystä tukevasta diaesityksestä (liite 1, 28–29).

Loppujen lopuksi jako ulkoisen ja sisäisen viestinnän välillä ei noussut suureksi kysymykseksi. Opas alkoi luonnostaan painottua yleisölle suunnatun viestinnän saavutettavuusasioihin, sillä yleensä asiakkaan näkökulmasta saavutettavuuden huomioiminen on olennaisinta. Ongelmallisempaa oli rajata pois viestinnän eri kanavia: pitäisikö mukaan ottaa asiakaslehdet, sähköinen uutiskirje, opastaulut tai esimerkiksi museoiden näyttelytiloissa olevat seinätekstit ja näyttelyluettelot? Mikä kaikki kuuluu organisaatioviestintään ja mistä kaikesta on sanottavaa saavutettavuuden kannalta?

Opasteista en esimerkiksi tehnyt erillistä otsikkoa, vaan jätin maininnan yleiselle tasolle. Mainitsin ne muun muassa symbolien yhteydessä (liite 1, 8). Osa viestintämateriaaleista taas rajattiin pois siksi, ettei niihin tuntunut olevan erikseen saavutettavuusohjeita yleisten ohjeiden, esimerkiksi ulkoasun suunnittelun ja selkeän kielen

ohjeiden jälkeen. Tämän takia esimerkiksi sähköinen uutiskirje putosi lopulta pois oppaasta.

Opasta tehdessä on tärkeää olla selvillä siitä, mitä lukija tietää. Liian perusasioita esittelevä teksti voi tuntua lapselliselta ja liian vaativa teksti vaikealta. Siksi on tärkeää määritellä, millaiselle lukijan tiedon tasolle oppaan rakentaa. (Rentola 2008, 93.) Minun piti määritellä itselleni lukijan tietämys saavutettavuusasioista ja viestinnästä.

Aluksi ajattelin, että voin olettaa kohderyhmäni tietävän ainakin perusasiat viestinnän saavutettavuudesta. Tehdessäni haastatteluja kävi kuitenkin ilmi, että viestinnän saavutettavuus ei ole kaikille kovin tuttu termi. Rakennetun ympäristön esteettömyyden periaatteet tuntuivat olevan monilla haastateltavillani tiedossa, mutta viestinnän saavutettavuus oli tuntemattomampi aihe. Osa haastateltavistani ja heidän organisaatioistaan oli silti tehnyt viestinnässään paljonkin saavutettavuutta tukevia ratkaisuja. Päädyin siis selittämään oppaan alussa lyhyesti, mitä saavutettava viestintä on.

Oletin, että oppaan tulevat käyttäjät tietävät viestinnän perusasiat. Sain oletukselleni vahvistusta, kun testaajat kommentoivat opasta. Muutaman testaajan (Martin 2011; Nives 2011; Peltola 2011; Saastamoinen 2011) mielestä oppaan johdattelevia tekstejä ja viestinnän perusasioihin liittyviä avaavia tekstejä voisi karsia ja keskittyä vain saavutettavuuteen.

Haastattelujen avulla pyrin muun muassa selvittämään, mitkä materiaalit kulttuuriorganisaatiot toteuttavat itse ja mitkä tilataan ostopalveluina. Haastatteluista selvisi, että kulttuuriorganisaatiot tekevät yllättävän paljon itse, esimerkiksi graafista suunnittelua toteutettiin parissa organisaatioissa ainakin osittain omin voimin (Agarth 2011; Saloniemi 2011). Sen sijaan verkkosivujen tekninen toteutus on usein tilattu ulkopuolelta (Agarth 2011; Joutsenniemi 2011).

Kulttuuriorganisaatioissa ei kovin usein ole sellaista teknistä osaamista, että ne voisivat itse tehdä verkkosivuilleen teknisen alustan. Päädyin tämän takia antamaan oppaassa vain perustiedot verkkosivujen saavutettavuudesta. Sen sijaan painotin tilaajan roolia saavutettavuuden huomioimisessa sekä asioita, joita tulisi muistaa verk-



kosivuston ylläpidossa. Tein Aura Linnapuomin ehdotuksesta Verkkosivut-lukuun ylläpitäjän muistilistan sekä kaksi verkkosivuston tilaajan muistilistaa (liite 1, 23–24). Verkkosivujen saavutettavuudesta on jo olemassa monia hyviä oppaita ja ohjeistuksia, joten suurimmaksi osaksi vain viittasin niihin.

Testausvaiheessa nousi esiin, että kirjoittamani luvut mainoksista, sosiaalisesta mediasta ja viestinnän määrästä eivät oikein antaneet lisäarvoa oppaalle. Mainokset-luku oli liian yleistä tietoa, ja luvussa olisi pitänyt päästä todella syvälle, jotta se olisi kannattanut säilyttää. Mainonta on aivan oma maailmansa. (Martin 2011; Nives 2011; Peltola 2011.) Sosiaalinen media -luvun ongelmana oli se, että siihen ei juuri tullut saavutettavuusasiaa vaan se jäi liian yleiselle tasolle. Viestinnän määrä-luvussa ohjeet olivat ehkä liian ympäröityjä, sillä esimerkiksi informaation määrä julkisteissa tai uutiskirjeen lähettämistiheys riippuu paljon organisaatiosta, kontekstista ja kohderyhmästä. Päädyimme lopulta ottamaan pois luvut viestinnän määrästä ja mainoksista.

Halusimme kuitenkin tuoda oppaassa esiin sosiaalisen median yhtenä viestintävälineenä ja mietimme pitkään, millä tavalla sen saisi luontevasti mukaan oppaaseen. Siitä oli kuitenkin hyvin vaikeaa antaa minkäänlaisia saavutettavuusohjeita, koska sosiaalisen median käyttäjä ei yleensä pääse vaikuttamaan julkaisualustaan. Tämän takia esimerkiksi kulttuuriorganisaatio ei voi vaikuttaa käyttämänsä sosiaalisen median palvelun saavutettavuuteen, vaan pelkästään itse tuottamaansa sisältöön.

Totesimme hyvin nopeasti tilaajan kanssa, että oppaassa ei missään nimessä kannata vertailla eri sosiaalisen median palveluita ja niiden saavutettavuutta, vaikka jonkinlaisia lähteitä aiheista löysinkin. Listaamisessa ei olisi mitään järkeä, sillä sosiaalisen median palvelut muuttuvat koko ajan, eikä niiden saavutettavuus välttämättä pysy samalla tasolla kovin pitkään. Lisäksi palveluita syntyy ja kuolee jatkuvasti. Siksi listamme olisi jo pian ollut vanhentunut.

Tarkistaakseni, mitä sosiaalisesta mediasta oikeastaan kannattaa sanoa, otin yhteyttä Aalto-yliopiston saavutettavuuden erityisasiantuntija Antti Raikeen. Hän ehdotti keskustelemaan asiasta myös oppimisen tutkija, PsM Tarmo Toikkasen kanssa.

Toikkasen mielestä sosiaalisen median saavutettavuus ei periaatteellisesti eroa verkkosivujen käytettävyydestä. Sosiaalisen median pääasiallinen saavutettavuusongelma on se, että palvelut kilpailevat lyhyellä aikavälillä suurista käyttäjämääristä. Tämän takia ne keskittyvät massojen palvelemiseen. Pienet vähemmistöt jätetään pääasiassa huomioitta. Adobe Flash -tekniikan käytön hiljattainen vähentyminen sen sijaan on parantanut saavutettavuutta verkossa. (Toikkanen 2012.) Raike (2012) toi esiin sen, että sosiaalinen media, erityisesti erilaiset blogit ja vlogit eli videoblogit, Vimeo ja YouTube ovat tuoneet vähemmistöjen ääntä kuuluviin.

Sosiaalisesta mediasta kirjoitin vain pienen kappaleen Verkkosivut-lukuun. Mietimme sen paikkaa ja sisältöä pitkään. Päätimme tilaajan kanssa antaa ohjeeksi, että sosiaalisen mediaan sisältöä luodessa kannattaa noudattaa verkkosivujen Ylläpitäjän muistilistan ohjeita. IT-suunnittelija Sami Älli (2012) Kehitysvammaliitosta kommentoi tähän, että muistilistan ohjeiden noudattaminen on osittain mahdotonta, koska käyttäjä ei voi muokata palvelua järjestelmien ollessa hänen ulottumattomissaan. Päätimme mainita asiasta tekstissä.

FM Markus Itkonen (2012a) kommentoi, ettei 3.1 Graafinen suunnittelu -luku oikeastaan kertonut graafisesta suunnittelusta. Olin luvussa keskittynyt antamaan ohjeita typografiasta ja väreistä, ja se oli liian suppeaa, jotta voitaisiin puhua graafisesta suunnittelusta. Graafiseen suunnitteluun kuuluu myös muun muassa kuvien valinta, tyhjän tilan käyttö, materiaalien valinta ja julkaisun koko (Itkonen 2012a). Päädyimme tilaajan kanssa vaihtamaan luvun nimeksi 3.1 Ulkoasun suunnittelu, jotta otsikko ei olisi harhaanjohtava.

Kun kirjoitin ohjeita siitä, miten tekstistä voidaan typografian keinoin tehdä luettavaa, kohtasin ongelman. Kirjaintyyppejä on päätteettömiä eli groteskeja sekä päätteellisiä eli antiikvoja. Antiikvoissa (esim. Times New Roman) on enemmän paksuusvaihtelua kuin groteskeissa (esim. Arial). Groteskien ja antiikvojen luettavuudesta painetussa tekstissä ei olla aivan yksimielisiä. Antti Wiion (2004, 203, 206) mukaan antiikvattyyppisten kirjaimien päätteet eli ”väkäset” auttavat seuraamaan riviä ja painettua antiikvatekstiä luetaan merkittävästi nopeammin kuin groteskia. Yleisen käsityksen mukaan antiikva on luettavampaa kuin groteski, kunhan sen kirjainmuodossa ei ole

liikaa paksuusvaihtelua. Ihmisten tottumuksilla on kuitenkin suuri vaikutus: tuttua kirjaintyyppiä lukee nopeammin kuin tuntematonta. (Itkonen 2006, 73 ja 2003, 63; Virtanen 2009, 120.)

Kaikkien erityisryhmien osalta ei ole tutkittu, kummanlainen kirjaintyyppi olisi painetussa tekstissä parempi (Virtanen 2009, 120). Näkövammaisten Keskusliitto ja Näkökeskus Visio ovat tutkineet 1990-luvulla kirjaintyyppien luettavuutta tutkimuksessa, johon osallistui heikkonäköisiä ihmisiä. Silloin todettiin päätteettömät kirjaintyypit helpommiksi lukea. Tutkimuksessa tuli kuitenkin esiin, että lopulta on melko yksilöllistä, kumpi kirjaintyyppi on luettavampi. (Hälinen 2011, 16.)

Sain Näkövammaisten Keskusliiton verkkotiedottaja Tommi Pätysestä ja mediatiedottaja Kirsti-Sisko Saloselta kommentin kirjaintyypeistä. Olin oppaassa suositellut käytettäväksi antiikvaa painetussa tekstissä. Pätynen ja Salonen (2012) kuitenkin olivat sitä mieltä, että näkövammaisille henkilöille groteski on mahdollisesti luettavampi. Päätin siis jättää asian auki oppaassa, sillä varsinaisia tutkimustuloksia en aiheesta löytänyt. Lisäksi Markus Itkonen (2012b) kommentoi, että kullakin kirjaintyyppillä on yksilölliset muoto-ominaisuudet, jotka viime kädessä vaikuttavat sen luettavuuteen enemmän kuin se, onko kyseessä antiikva vai groteski.

Sain palautetta oppaasta myös Kulttuurista kaikille -palvelun monikulttuurisuusasiantuntija Ahmed Al-Nawasilta. Hän pyysi minua lisäämään Eri kulttuuritaustaisille ihmisille suunnattu viestintä -lukuun lyhyen kappaleen kulttuurienvälisestä viestinnästä. Kulttuurienvälinen viestintä on viestintää kahden tai useamman eri kulttuureja edustavan osapuolen välillä (Lehtonen 1998, 301). Näillä kulttuureilla voidaan ymmärtää esimerkiksi eri sukupolvien, koulutustaustojen ja eri alakulttuurien välistä viestintää (Communication & Design 2010; Salo-Lee 2003; USLegal 2012). Korostin tätä oppaassa, jotta kulttuurieroiksi ei mielletäisi vain etnisyyteen perustuvia eroja.

Lisäksi koimme tarpeelliseksi pienen osion siitä, mitä eri käsitteitä kannattaa viestinnässä käyttää. Esimerkiksi sana ”mamu” voidaan kokea loukkaavana. Halusimme tuoda oppaassa esiin, että käsitteiden käyttö on vallankäyttöä, ja että kulttuuriorganisaatioidenkin olisi otettava se huomioon viestinnässään. Sanat kuljettavat mukanaan

asenteita ja mielikuvia, joita on hyvä opetella tarkastelemaan (Hiidenmaa 2008, 76). Kulttuurista kaikille -palvelun erityisasiantuntija Sari Salovaara kertoi, että vammaisuudesta puhuttaessa on tärkeää käyttää aina sanapareja, esimerkiksi ”toimimisesteinen henkilö” tai ”näkövammainen ihminen” eikä pelkästään ”toimimisesteinen” tai ”näkövammainen”. Ihmistä määrittävät aina monet muutkin ominaisuudet kuin hänen vammansa tai esimerkiksi valtaväestöstä poikkeava kulttuuritaustansa.

Yksiselitteisiä ohjeita siitä, mitä käsitteitä kannattaa käyttää, oli vaikea antaa. Sen sijaan annoin ohjeeksi pyytää konsultointiapua kyseisen kohderyhmän edustajalta (liite 1, 16). Pohdimme tämän luvun tarkistuttamista Kotimaisten kielten keskuksessa, mutta luovuimme myöhemmin ideasta.

Aluksi olimme suunnitelleet, että oppaaseen voisi tulla jonkinlaisia käytännön esimerkkejä saavutettavasta viestinnästä käyttäjien kannalta. Suunnittelimme, että esimerkit voisivat olla kommentteja kulttuuripalvelujen käyttäjiltä siitä, miten jokin asia on toiminut hyvin tai millaisissa tilanteissa olisi ollut parantamisen varaa. Ajattelimme tilaajan kanssa, että oppaaseen voisi lisäksi ehkä laittaa esimerkkejä hyvistä käytännöistä tai onnistuneista saavutettavuusratkaisuista. Sain lisäksi yhdeltä testajalta kommentin, että oppaassa voisi olla käyttäjien esimerkkejä (Saastamoinen 2011). Loppujen lopuksi päädyimme kuitenkin jättämään tämäntyyppiset esimerkit pois. Sen sijaan otimme esimerkkejä käyttäjien näkökulmasta ja hyvistä käytännöistä mukaan oppaan koulutukselliseen julkistamistilaisuuteen.

### 4.3 Oppaan rakenne

Oppaan rakenne kehittyi koko prosessin ajan. Lähdin liikkeelle siitä, miten itse hahmotin viestinnän saavutettavuuden. Aluksi ideanani oli rakentaa opas saavutettavan viestinnän eri ulottuvuuksien ympärille. Tällöin otsikkoluonnoksina olivat visuaalinen, kielellinen, tekninen ja sisällöllinen ulottuvuus sekä viestinnän kanavat. Nämä otsikot olivat kuitenkin aivan liian abstrakteja eivätkä kuvanneet sisältöä tarpeeksi tarkasti. Ne auttoivat minua kuitenkin pääsemään liikkeelle.

Ensimmäisessä luonnoksessa listasin oppaan loppuun tahoja, joilta saa lisätietoa, jotka voivat testata materiaaleja ja joille voi tiedottaa saavutettavista palveluista. Huomasimme kuitenkin pian tilaajan kanssa, että järkevämpää on sijoittaa lisätiedot, testaajat ja muut vastaavat aina asiayhteyteen.

Lisäksi opas jakaantui pian kolmeen pääosioon: Ohjeita suunnitteluun -lukuun jossa oli yleisohjeita viestintään (esimerkiksi selkeän kielen, ulkoasun suunnittelun ja symbolien käytön ohjeita), viestinnän kohdentamiseen sekä viestinnän kanavien saavutettavuus -osuuteen. Tämä rakenne pysyi pitkään oppaan perusrunkona, ja lopullisen version päälukuja on kuusi: 1 Alkusanat, 2 Mitä viestinnän saavutettavuus on?, 3 Ohjeita suunnitteluun, 4 Viestinnän kohdentaminen, 5 Viestintävälineiden saavutettavuus ja 6 Palautteen kerääminen.

Oppaan alussa on hyvä olla esipuhe, jossa kerrotaan lyhyesti, miksi opas on kirjoitettu (Rentola 2008, 98). Kirjoitin oppaaseen luvun 1 Alkusanat, jossa valotan oppaan taustoja, perustelen saavutettavuustyön tärkeyttä, kerron oppaan rajaamisesta ja annan oppaan käyttöä koskevia ohjeita. Toin selkeästi esiin sen, että olen koonnut oppaan, enkä ole itse tuottanut oppaassa olevaa tietoa. Tätä selvensin myös kansilehdessä kirjoittamalla tekijätiedon kohdalle ”Koonnut: Outi Salo”. Lisäksi toin esiin olevani kulttuurituottajaopiskelija, joka on koonnut oppaan osana opinnäytetyötään.

Kirjoitin oppaan alkuun ensin kaksi viestinnän saavutettavuutta lyhyesti avaavaa lukuja: Mitä viestinnän saavutettavuus on ja Miksi viestinnän kehittäminen saavutettavammaksi kannattaa? Päädyimme kuitenkin yhdistämään nämä luvut, sillä niiden sisältö liittyi kiinteästi toisiinsa ja samalla saimme selkeytettyä sisällysluetteloa.

Pari haastateltavaani toivoi erityisesti vinkkejä siihen, kuinka tavoittaa maahanmuuttajia (Hiltunen 2011; Saloniemi 2011). Näitä tietoja varten haastattelin Kulttuuria kaikille -palvelun monikulttuurisuusasiantuntija Ahmed Al-Nawasia. Oppaassa päätimme käyttää sanaa ”siirtolainen” sanan ”maahanmuuttaja” sijaan, Kulttuuria kaikille -palvelun käyttämien termien mukaisesti.

Todennäköisesti haastateltavani olisivat toivoneet siirtolaisia koskevat vinkit helposti löydettävään paikkaan oman otsikkonsa alle, mutta pyrimme sijoittamaan ohjeet luontevasti muun tekstin joukkoon. Totesimme yhdessä Kulttuuria kaikille -palvelun kanssa, että on poliittinen viesti olla erottelematta siirtolaisia omaksi osiokseen. Tarkoituksena ei ollut erotella ja lajitella erilaisia ihmisiä siirtolaisiin ja toimimisesteisiin, vaan tuoda ihmisten moninaisuus esille. On kuitenkin muistettava, että saavutettavuuden perusteella tehty jaottelu ihmisten välille on jossain määrin tarpeellista. Ihmisten erilaiset ominaisuudet on otettava huomioon, jotta heille sopivaa viestintää voidaan tehdä. Siksi loppujen lopuksi osa siirtolaisia koskevista ohjeista päättyi erillisen otsikon alle. Annoimme luvulle nimen 4.2 Erityishuomioita eri kulttuuritaustaisille ihmisille suunnatusta viestinnästä.

Osa haastattelemistani tiedottajista ja viestintäpäälliköistä oli sitä mieltä, että opas olisi hyödyllinen tarkistuslistan muotoisena (Agarth 2011; Joutsenniemi 2011). Oppaasta tuli osittain luettelomainen ja jotkut sen osiot ovat muistilistan muodossa, joten sitä voi käyttää niin, että käy läpi ohjeita tarkistuslistamaisesti (liite 1). Totesimme lisäksi Kulttuuria kaikille -palvelun kanssa, että oppaassa olisi hyvä olla liitteenä lyhyt ja yksinkertainen viestinnän saavutettavuuden tarkistuslista. Se auttaa lähtötilanteen kartoittamisessa. Jotta voi määritellä tavoitteensa ja suunnitella kuinka sinne päästään, on nykyinen tilanne osattava määritellä (Sipilä 2008, 91). Tein tarkistuslistaluonnoksen ja muokkasimme sitä yhdessä Kulttuuria kaikille -palvelun henkilökunnan kanssa. Tarkistuslistan oli työkaluna toimimisen lisäksi tarkoitus tiivistää oppaan pääkohdat ja toimia kertauksena luetusta. Tarkistuslista julkaistiin myös itsenäisenä tarkistuslistana [Kulttuuria kaikille -palvelun verkkosivuilla](#) huhtikuussa.

Pohdimme paljon lähdeviittauksia ja niiden muotoa. Osa opasta kommentoineista tiedottajista totesi, että tekstin seassa olevat lähdeviittaukset häiritsevät lukemista. Kaikkien testaajien mielestä niitä ei olisi tarvinnut ollenkaan, joidenkin mielestä ne taas olivat paikallaan. Viitteet oli joka tapauksessa merkittävä oppaaseen, jotta kunnioittaisimme tekijänoikeuksia ja yleistä tutkimusetiikkaa. Päädyimme loppujen lopuksi merkitsemään lähteet alaviitteisiin, jolloin tekstiä pystyy lukemaan sujuvasti mutta viitteet ovat kuitenkin näkyvissä. Karsimme viittauksia pois sellaisissa asioissa, joiden voi katsoa kuuluvan Kulttuuria kaikille -palvelun omaan asiantuntemukseen. Esimer-

kiksi Verkkosivut-luvusta karsittiin viitteitä, sillä Kulttuuria kaikille -palvelu oli juuri vähän aikaa sitten uudistanut verkkosivunsa ja siksi henkilökunta tiesi asiasta itse paljon.

Kirjoitin oppaan Kulttuuria kaikille -palvelun omaan DOT-mallitiedostoon, sillä opas on Kulttuuria kaikille -palvelun julkaisu. Tiedosto on tehty saavutettavuuden periaatteita noudattaen, joten oli myös siinä mielessä järkevää, että julkaisussa käytettiin mallipohjaa.

Aluksi olin kirjoittanut kaikki oppaan tiedot joko tavalliseksi leipätekstiksi tai listoiksi luettelomerkkien avulla. Luettelomerkeillä sain tekstistä helposti silmältävän ja hain sillä tarkistuslistamaisuutta tekstille. Kulttuuria kaikille -palvelun ehdotuksesta siirsinkin kuitenkin listat infolaatikkopohjaan, jonka asetukset oli määritelty mallitiedostossa. Listat saivat siis vaalean harmaan pohjan, jotta ne nousisivat paremmin esiin. Päätimme, että kaikki muistilistan muotoon kootut tekstit laitetaan infolaatikkoon. Jätimme tavallisiksi luetteloiksi ainoastaan listat, joissa luetellaan esimerkiksi testaajia tai lähteitä, joista saa lisätietoa asiasta.

Teimme oppaaseen mallin siitä, miten kohteesta kertovat saavutettavuustiedot kannattaa esittää esimerkiksi verkkosivuilla sanallisesti ja symbolien avulla (liite 1, 9-10). Nämä tiedot laitoin taulukkoon, jossa oli asiaan viittaava symboli mukana. Halusimme laittaa samaan yhteyteen mallin siitä, miten kannattaa kertoa, jos kohteen saavutettavuus ei toteudu. Taulukossa oli helppo esittää vierekkäin eri vaihtoehdot. Taulukko symbolikuvineen lisäsi mielestäni oppaan havainnollisuutta.

#### **4.4 Oppaan kieli ja tyyli**

Lukijalle on kirjoitettava kieltä, jota hän ymmärtää. Käytännön työssä toimiville, alan perustiedot hallitseville ihmisille kirjoitetaan pitkälti ammattikielellä (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 1997, 31). Selkeä ja ymmärrettävä yleiskieli on aina hyvä vaihtoehto, varsinkin jos ei ole varma kohderyhmän kielestä (Rentola 2008, 96). Pyrin oppaassa

käyttämään ”helppoa ammattikieltä”. Suuntasin oppaan pääasiassa viestinnän ammattilaisille, mutta sen tulevissa käyttäjissä voi olla myös kouluttamattomia ja kokemattomia viestijöitä. Siksi päätin, että tekstistä on hyvä tehdä mahdollisimman ymmärrettävää, kuitenkin huomioiden oikeat ammattitermit. Lisäksi mielestäni on selvää, että saavutettavan viestinnän oppaan on oltava saavutettava eli noudatettava omia ohjeitaan esimerkiksi luettavuudesta.

Jotta oppaasta olisi tullut mahdollisimman miellyttävä käyttää ja saavutettavuustyöhön innostava, pyrin muotoilemaan tekstin kannustavaksi. Aluksi käytin paljon imperatiivia, sillä ohjeet oli helppo kirjoittaa ”tee näin” -muotoon. Loppujen lopuksi karsin suurimman osan imperatiiveista pois ja välttelin hyvin paljon lukijan osoittelemista.

Oppaan testajat kertoivat, miltä teksti heistä tuntui. Sain hyvää palautetta siitä, että teksti tuntui asialliselta ja sävy oli hyvä (Martin 2011; Nives 2011; Ristimäki 2011; Saastamoinen 2011). Joissain kohdissa olin kirjoittanut, että kulttuuriorganisaatioiden tulisi vaatia joitakin asioita esimerkiksi graafiselta suunnittelijalta. Näistä kohdista sain sellaista palautetta, että teksti tuntui liian korostetulta (Nives 2011). Pehmensin tekstiä korjaamalla testajien mainitsemia kohtia.

Kulttuuria kaikille -palvelussa kiinnitettiin koko ajan huomiota oppaan kielenhuoltoon ja termivalintoihin. Tilaaja pyysi minua muun muassa yhtenäistämään joitakin sana- valintoja opetus- ja kulttuuriministeriön asettaman Taiteen ja kulttuurin saavutettavuus -työryhmän loppuraportin (julkaistaan 2012) termistön kanssa. Saavutettavuuden termit elävät, ja siksi minun kannatti tarkistaa käsitteet uusimmasta aiheeseen liittyvästä raportista. Ministeriön työryhmä on pohtinut termejä raporttia varten niin tarkasti, ettei minun olisi kannattanut alkaa itse tehdä samaa työtä.

Tilaajan oikolukutuen lisäksi pyrin tietenkin itse olemaan mahdollisimman tarkka ja kirjoittamaan hyvää suomea. Päätimme kuitenkin tilata vielä oppaalle ulkopuolisen kielenhuollon, sillä saavutettavasta viestinnästä kertovan oppaan kielen on oltava mahdollisimman huoliteltua. Oikoluvun suoritti kielenhuoltaja Sirpa Ovaskainen maaliskuun 2012 lopussa.



## 5 ARVIOINTI JA POHDINTA

### 5.1 Oppaan tekoprosessi

Oppaan tekoa aloittaessani listasin kaikenlaisia mahdollisia otsikoita ja asioita, joita oppaaseen voisi tulla. Ensimmäiset sisällysluettelot olivat paljon runsaampia kuin lopullinen. Kokosin listojen alle tietoa, jota oppaaseen mahdollisesti laitettaisiin. Näistä pitkistä listoista oli helppo lähteä karsimaan tietoa tilaajan kanssa ja myöhemmin yhteistyökumppaneiden palautteen perusteella.

Yhteistyö eri toimijoiden kanssa onnistui ja oli erittäin tarkoituksenmukaista. Suurin osa henkilöistä, joihin otin yhteyttä, lähti mielellään mukaan oppaan kommentointiin tai haastateltavaksi. Heiltä sain hyvin paljon hyödyllistä tietoa ja neuvoja. Ylipäättään yhteistyö tilaajan, kulttuuritoimijoiden ja asiantuntijoiden kanssa oli todella toimivaa. Se helpotti huomattavasti oppaan tekemistä, varsinkin tietomäärän rajausta, tyylin hiomista ja huolimattomuusvirheiden korjaamista.

Minulla oli oppaan tekoon riittävästi aikaa, mutta aikaa voisi aina olla enemmän. Olin yrittänyt raivata kalenteria etukäteen tyhjäksi muista töistä, mutta en tehnyt sitä tarpeeksi määrätietoisesti. Toisaalta pitkä aikajänne oli hyvin hyödyllinen. Opasta kannatti kirjoittaa vähitellen ja pitkällä aikavälillä, ei parissa kuukaudessa kokopäiväisesti.

Aikataulullisesti ehkä ongelmallisinta oli se, että olin koko heinäkuun käytännössä tyhjän päällä tilaajan ja ohjaajieni ollessa lomalla. Vaikka keräsin tietoa ja lähteitä koko heinäkuun ajan, ja aloitin samalla luonnostelua, ei oppaan työstäminen lähtenyt käyntiin kunnolla ennen syyskuuta. Esimerkiksi haastattelut viivästyivät sen takia hieman. Loppujen lopuksi en ehtinyt luettamaan opasta niin monilla ihmisillä kuin olin alun perin toivonut. Toisaalta voi olla, että jossain vaiheessa palautteen kerääminen

olisi muuttunut vain ylimääräiseksi työksi, enkä olisi saanut enää uusia ajatuksia oppaaseen. Jälkikäteen ajateltuna tämä määrä palautteen antajia riitti aivan hyvin.

Lisäksi aina, kun tekee töitä usean eri ihmisen kanssa, liikkuvia osia on paljon ja aikataulu viivästyy välillä väistämättä. Siihen olisin voinut varautua paremmin jo aikataulun suunnitteluvaiheessa. Muutaman kerran jonkun henkilön antamat kommentit oppaasta viivästyivät sovitusta aikataulusta esimerkiksi lomien tai työkiireiden vuoksi. Tämä on luonnollisesti ymmärrettävää eikä siitä onneksi koitunut varsinaista haittaa työlle, sillä minulla oli Kulttuuria kaikille -palvelun joustavuuden ja sovitun väljän aikataulun takia varaa odottaa myöhässä tulleita kommentteja.

Olin etukäteen yrittänyt vähentää myöhästymisten mahdollisuutta sillä, että otin esimerkiksi testaajiin jo hyvin varhaisessa vaiheessa yhteyttä ja pyysin heitä varaamaan aikaa oppaan lukemiseen tietyllä viikolla. Ensin tiedustelin, kiinnostaisiko yhteistyö, esittelin projektin lyhyesti ja kerroin aikataulun pääpiirteissään. Jos sain myönteisen vastauksen, annoin vielä tarkempia ohjeita, sovin tarkat päivät jolloin lähetän oppaan kommentoitavaksi ja jolloin toivon saavani palautteen. Aikaa oppaan lukemiseen annoin viikosta kahteen viikkoon.

Aikataulu kuitenkin venyi, ja annoimme sen venyä yhteisymmärryksessä tilaajan kanssa. Halusimme mieluummin, että opas on mahdollisimman hyvä, kuin että se julkaistaan ilman kunnollista tarkistamista ja työstämistä. Opas oli kuitenkin jo hyvässä vaiheessa alkuperäiseen takarajaan eli lokakuun loppuun mennessä. Tilaajan puolesta olisin voinut silloin luovuttaa heille oppaan, sillä palkallinen toimeksiantoni päättyi. Halusin kuitenkin olla mukana julkaisuun asti ja työstää opasta itse.

Opinnäytetyön, tai minkä tahansa laajan kirjallisen tuotoksen tekemiseen tulisi varata mieluummin pitkä aikajänne kuin paljon työtunteja lyhyessä ajassa. On tärkeää pysyä kirjoittamisessa kiinni jatkuvasti. Toisaalta yhtä tärkeää on, että ajatusten hautumiselle ja tekstin kehittelylle on tarpeeksi aikaa. Erityisen merkittävää tämä on silloin, jos tekstistä haluaa kunnollista palautetta muilta ihmisiltä.

Oma järjestelmällisyyteni oli hyödyksi yhteistyökumppaneiden kanssa työskennellessä. Pidin tarkkaa kirjaa siitä, millaisia kehitysehdotuksia kukin henkilö oli antanut. Prosessikirjoittaminen vaati myös rohkeutta näyttää keskeneräistä ja vajaalta tuntuvaa tekstiä muille, aiemmin tuntemattomille henkilöille. Lisäksi oli kyettävä ottamaan palautetta vastaan.

Ongelmallisinta oppaan teossa oli ehkä se, että totuin pian siihen, että sain tekstistä jatkuvaa palautetta, enkä osannut itse tarkastella omaa työtäni kriittisesti. Huomasin jossakin vaiheessa tekeväni oppaaseen vain pyydettyjä korjausehdotuksia, enkä enää itse keksinyt kovin paljon muokattavaa, vaan jäin vain odottamaan seuraavia kommentteja. Tunnistin kyllä tekstin ongelmakohtia, mutta en keksinyt niihin ratkaisuja ja toivoin jonkun muun tekevän hyviä ehdotuksia, jotka pelastaisivat minut pulasta. Olisin voinut oppaan teon keskivaiheilla olla itse aktiivisempi. Toisaalta loppua kohden pääsin tekstiin taas hyvin kiinni.

Yhteistyö ja kommenttikierrokset eivät kuitenkaan missään tapauksessa olleet huono ajatus. Oppaasta tuli paljon parempi yhdessä pohtien kuin mitä olisin saanut aikaan yksin. Kehotan myös muita opinnäytetyön tekijöitä luettamaan keskeneräisiä töitään rohkeasti muilla, varsinkin kohderyhmän edustajilla, sillä arvokasta palautetta saa varmasti. Pelkkä kieliasun tarkistaminen ennen julkaisua ei tuo suurinta mahdollista hyötyä. On lisäksi tärkeää muistaa uuteen aiheeseen perehtyessään, että pelkkiä lähdeteoksia lukemalla ei voi muuttua asiantuntijaksi muutamassa kuukaudessa. Aina on olemassa joku, joka tietää aiheesta enemmän ja joka voi auttaa kirjoitustyössä. Yleensä ihmiset auttavat mielellään.

## **5.2 Tavoitteiden saavuttaminen**

Omasta mielestäni saavutettavan viestinnän oppaasta tuli onnistunut. Onnistuin tuomaan melko lyhyessä oppaassa esiin keskeisimmät saavutettavan viestinnän kriteerit ja tärkeimmät ohjeet. Tosin opas olisi voinut olla lyhyempi, jotta se olisi työkaluna vielä toimivampi. Kohderyhmä on käsitykseni mukaan melko kiireistä väkeä, joten

lyhyt ja nopeasti omaksuttava opas on helpoin käyttää. Tiivistäminen lopullisesta sivumäärästä olisi kuitenkin ollut vaikeaa ilman, että sisältö tai tekstin muoto olisi kärsinyt.

Opas huomioi mielestäni hyvin kohderyhmänsä. Onnistuin rajaamaan sen ohjeet suoraan kulttuuritoimijoille. Opas on tarkistuslistamainen, siitä on helppo katsoa vaikkapa vain jonkin tietyn alueen ohjeet ja miettiä miten ne omassa toiminnassa toteutuvat. Liitteenä oleva tarkistuslista on hyvin käytännönläheinen työkalu.

Myös oppaan kieliasu on onnistunut. Opas käyttää aitoa viestintäalan sanastoa, mutta avaa termejä niille, joille ammattisanasto ei ole yhtä tuttua. Lisäksi oppaan tyyli on kannustava. Kieliasu on hyvin viimeisteltyä siksi, että useat eri henkilöt ovat lukeneet opasta. Kulttuurista kaikille -palvelun aktiivinen tuki oppaan kirjoittamiseen auttoi paljon tyylin ja kielen hiomisessa. Lopuksi tilattu kielenhuolto varmisti, että opas todella noudattaa omia ohjeitaan selkeästä kielestä.

Tarkoitukseni oli ottaa oppaassa huomioon moninaisuus. Mielestäni se onnistui suhteellisen hyvin, vaikka tavoite oli haastava. Antamani ohjeet eivät liikaa lajittele ihmisiä eri lokeroihin, vaan pyrkivät lisäämään yhdenvertaisuutta.

Opas hyödyttää kulttuurialaa, sillä se tuo alan toimijoiden tietoon keskeisiä viestinnän saavutettavuuden kysymyksiä helposti samassa paketissa. Käyttäjien arviota lopullisesta oppaasta en ole saanut, koska opas julkaistaan vasta tämän opinnäytetyön palauttamisen jälkeen.

Oppaan avulla oli tarkoitus levittää tietoa saavutettavasta viestinnästä. Koska opas julkaistaan vasta tämän opinnäytetyön palauttamisen jälkeen, en voi varsinaisesti tutkia, kuinka laajasti se tulee olemaan käytössä. Oppaasta kuitenkin tiedotettiin monipuolisesti ja se on hyvin helposti saatavilla, joten sillä on hyvät mahdollisuudet löytää kohderyhmänsä.

Sellainen kulttuuriorganisaation tiedottaja, joka on kiinnostunut saavutettavuudesta ja etsii asiasta tietoa, löytää todennäköisesti oppaan helposti. Haasteena onkin se,

kuinka myös muut kulttuurialan tiedottajat ja viestinnästä vastaavat henkilöt saataisiin kiinnostumaan oppaasta. Heidät pitäisi tavoittaa tehokkaasti, laajakaan tiedotus ei yksinään riitä. Koulutusta ja tietoa pitäisi saada levitettyä organisaatioihin, jossa saavutettavuuden merkitystä ei vielä tiedosteta. Toivon mukaan Kulttuuria kaikille -palvelun viestintään keskittyvä kampanja onnistuu tavoittamaan myös nämä organisaatiot.

### **5.3 Tilaajan arvio työstä**

Arvion on kirjoittanut Kulttuuria kaikille -palvelun projektisuunnittelija Aura Linna-puomi 2.5.2012.

Kulttuuria kaikille -palvelu tulee hyödyntämään Outi Salon kokoamaa saavutettavan viestinnän opasta monin eri tavoin. Erityisesti kulttuuriorganisaatioiden viestintätehtävissä toimiville henkilöille suunnattu opas sijoitetaan Kulttuuria kaikille -palvelun verkkosivuille kaikkien vapaasti ladattavaksi. Oppaalle järjestetään julkistamistilaisuus Kiasmassa 22.5.2012, ja sen julkistamisesta tiedotetaan laajasti kulttuurikentälle. Opasta hyödynnetään mm. kulttuuritoimijoille suunnattujen saavutettavuuskoulutusten suunnittelussa ja toteutuksessa, ja siitä jaetaan tietoa erilaisissa alan tilaisuuksissa.

Opas vastaa tilaajan kannalta asetettuihin tavoitteisiin todella hyvin. Outi on käsitellyt viestinnän saavutettavuuskysymyksiä erittäin monipuolisesti ja huolellisesti. Opas on myös tiivis ja käytännönläheinen, mikä tekee siitä käytännön viestintätyötä konkreettisesti ja mielekkäästi tukevan työkalun.

Outi on omaksunut taitavasti suuren määrän viestinnän saavutettavuuteen liittyviä tekijöitä, ja yhteistyö hänen kanssaan on ollut erittäin hyvää ja antoisaa. Outi on työskennellyt huolellisesti ja tarkasti, ja tämä on osaltaan tehnyt prosessista selkeän ja sujuvan. Outi on myös ottanut hyvin vastaan tilaajan aktiivisen roolin oppaan suunnittelutyössä. Oppaan suunnittelu on kuitenkin ollut hyvin vuorovaikutteista, ja

Outi on tuonut hyvin esiin omia näkemyksiään ja ajatuksiaan oppaan sisällöistä. Outin erinomaiset yhteistyötaidot ovat tulleet esiin myös hänen toteuttamissaan oppaan testauskierroksissa alan eri toimijoilla.

## 5.4 Oma oppiminen

Opin oppaan työstämisen aikana erityisen paljon sanavalinnoista ja kirjoittamisessa tehtyjen valintojen merkityksestä. Aluksi kirjoitin melko huolettomasti eri termein ja sanakääntein, mutta opin huolellisuutta ja tarkkuutta prosessin aikana. Kulttuurilla kaikille -palvelussa on pitkä kokemus erilaisten korrektien sanamuotojen käyttämisestä, ja opin heiltä paljon siitä, kuinka asiatekstiä kannattaa kirjoittaa.

Opasta työstäessäni huomasin pitkän aikajänteen merkityksen. Hyvään lopputulokseen pääseminen vaatii paljon aikaa. Toisaalta opin senkin, että tietyssä pisteessä työn hiominen on lopetettava, tai tekstiä saa viilata ikuisuuksiin.

Vuoropuhelu kohderyhmän kanssa oli elintärkeää tälle projektille. Kohderyhmä olisi otettava mukaan tekemään sitä, mitä sille ollaan tuottamassa. Näin saadaan aikaan paljon hyödyllisempi lopputulos. Minulla on nyt konkreettista kokemusta yhteistyöstä kohderyhmän kanssa, ja tiedän, että se kannattaa. Laaja yhteistyöverkosto on korvaamaton voimavara hankkeessa kuin hankkeessa.

Olen tämän opinnäytetyön työstämisen aikana oppinut paljon saavutettavasta viestinnästä. Tiedostan nyt, miten pienillä asioilla viestinnästä saadaan toimivampaa. Aion pitää tulevaisuudessa huolen siitä, että saavutettavan viestinnän periaatteet ja saavutettavuus ylipäättään otetaan huomioon.

## 5.5 Jatkotoimenpiteet

Opas valmistui huhtikuussa, ja se julkaistaan 22.5.2012 sähköisenä julkaisuna Kulttuuria kaikille -palvelun verkkosivuilla PDF- sekä DOC-muodossa saavutettavuuden periaatteiden mukaisesti. Opas julkaistaan verkkosivujen osiossa [Saavutettavuus – Tietopaketit ja oppaat – Viestintä](#). Olimme jo aluksi sopineet, että opasta ei paineta, vaan siitä tulee verkkojulkaisu. Verkkojulkaisun voi kuka tahansa tulostaa itselleen, jos kaipaa paperista versiota.

Tiedotimme oppaan 22.5. pidettävästä julkistamistilaisuudesta ja samalla oppaasta Kulttuuria kaikille -palvelun tiedotuslistalla ja verkkosivuilla. Aura Linnapuomi tiedotti oppaasta Design for All- ja Museoposti-tiedotuslistoilla. Lähetin kutsun julkistamistilaisuuteen henkilökohtaisesti oppaan teossa mukana olleille yhteistyökumppaneille. Lisäksi tiedotimme yhdessä julkistamistilaisuudesta laajasti kulttuurialan keskeisille toimijoille, eli esimerkiksi erilaisille liitoille, kulttuuriorganisaatioille, tiedotuskeskuksille, kulttuurituotantoalan oppilaitoksille ja kulttuurikeskuksille. Osa näistä julkaisi tiedotteen omilla verkkosivuillaan. Täydensin Kulttuuria kaikille -palvelun yhteystietolistaa, jotta saimme tiedotteen levitettyä mahdollisimman kattavasti erilaisille kulttuuriorganisaatioille. Lopuksi tiedotin oppaasta vielä omille kontakteilleni.

Toukokuussa Kiasman seminaaritallassa pidettävä julkistamistilaisuus on koulutuksellinen, maksuton ja avoin kaikille. Pyrimme tiedotteessa korostamaan, että koulutuksesta on erityisesti hyötyä kulttuuriorganisaatioiden viestinnästä vastaaville henkilöille. Tarkoituksena on, että tervetulotoivotuksen jälkeen esittelen itse oppaan ja sen tekoprosessin lyhyesti. Tämän jälkeen Kulttuuria kaikille -palvelun projektisuunnittelija ja Aura Linnapuomi kertoo tarkemmin symbolien käytöstä. Sitten Musiikkitalon viestintäkoordinaattori Marja-Leena Lehtimäki esittelee Musiikkitalon käytännön viestinnän saavutettavuusratkaisuja. Käyttäjänäkökulmia saavutettavaan viestintään saadaan viittomakielisen henkilön, näkövammaisen henkilön sekä selkokieltä käyttävän siirtolaisen näkökulmasta. Lopuksi on vielä aikaa kysymyksille, kommenteille ja keskustelulle. Halukkaat voivat pyytää kommentteja omien viestintäratkaisujensa saavutettavuudesta.

Julkistamistilaisuudessa jaetaan viestintäopasta tulostettuna. Otamme tilaisuudessa saavutettavuuden huomioon: Kiasma on esteetön ja seminaaritalassa on induktiosilmukka. Paikalle on mahdollista saada kirjoitustulkkaukset ja viittomakielen tulkki. Tilaisuuden jälkeen lähetämme vielä tiedotteen siitä, että opas on julkaistu.

Tärkein tavoitteemme oli, että opas menee kohderyhmän käyttöön. Nyt näyttää siltä, että tämä tavoite on täytymässä. Ainakin kiinnostusta aiheeseen on. Julkistamistilaisuuteen on tätä opinnäytetyötä palauttaessa ilmoittautunut lähes neljäkymmentä henkilöä. Seminaaritilaan mahtuu 50–70 henkilöä istumaan, joten tilaisuuden täyttöaste tulee olemaan hyvä. Opas kiinnosti myös monia henkilöitä, jotka eivät pääse koulutukseen. Muutama ottikin erikseen yhteyttä ja kyseli, mistä opas on mahdollista saada, jos ei julkistamistilaisuuteen pääse paikalle.

Oppaan sisältöjä käytetään apuna Seinäjoella Suomen Teatterit ry:n koulutuksessa 10.–11.5.2012. Kouluttajana on Kulttuurikaikille -palvelun projektisuunnittelija Aura Linnapuomi. Erityisasiantuntija Sari Salovaara ottaa oppaan esille puheenvuorossaan Vammaispalvelun järjestämässä Esteettömyysseminaarissa. Suunnitteilla on myös muita koulutuksia ja seminaareja, joissa opasta käytetään tai tuodaan muuten esiin. Lisäksi Ruisrock-festivaali hyödyntää opasta saavutettavuusprojektissaan keuhkokuumeella 2012.

Kulttuurituottajien ja muiden alalle valmistuvien koulutuksessa olisi tärkeää käsitellä saavutettavuutta yleisesti. Saavutettavan viestinnän opas antaa yhden työkalun, josta on helppo poimia tärkeimpiä viestinnän kysymyksiä opetukseen. Viestintä kaikille -opas tulee olemaan tulostettuna versiona lainattavissa ainakin HUMAKin Kauniaisten kampuksen kirjastossa.

Valmiista, julkaistusta oppaasta on tarkoitus kerätä käyttäjäpalautetta. Haluamme saada selville, miten kulttuuritoimijat suhtautuvat oppaaseen ja ottavatko he sen todella käyttöön. Palautetta pyydetään erityisesti niissä koulutuksissa, joissa opasta käytetään. Lisäksi palautetta on mahdollista lähettää Kulttuurikaikille -palvelun työntekijöille milloin tahansa.



Verkkojulkaisun muodossa olevaa opasta on helppo päivittää, mikäli tarvetta ilmenee. Tarkoituksena ei siitä huolimatta ole, että opas olisi elävä ja että sitä päivitetäisiin jatkuvasti. Tavoitteena oli, ettei opas sisällä nopeasti vanhenevaa tietoa. Jossain vaiheessa voi kuitenkin olla tarpeellista tehdä muutoksia oppaaseen, ja siksi on hyvä, että siihen on mahdollisuus.

## LÄHTEET

- ACCU Project (Access to Cultural Heritage: Policies of Presentation and Use) 2007. Open doors. How to make cultural venues and exhibitions accessible. DVD. Helsinki : Taidemuseoalan kehittämissyksikkö Kehys.
- Agarh, Marika 2011. Haastattelu 1.9.2011.
- Communication & Design 2010. 3 Tips for Effective Global Communication. Viitattu 10.2.2012. <http://communication-design.net/3-tips-for-effective-global-communication/>
- Haglund Networks Oy 2009. Tietotekniikan hyödyntämisen esteettömyys. Standardisoinnin edistäminen. Loppuraportti. Suomen Standardisoimisliitto SFS ry.
- Handisam 2007. Riv Hindren. För dig som arbetar med information. Introduktion till Riktlinjer för tillgänglighet. Edita.
- Hiidenmaa, Pirjo 2008. Mistä on tietotekstit tehty? Teoksessa Jussila, Raimo; Ojanen, Eero ja Tuominen, Taija (toim.) 2008. Tieto kirjaksi. Helsinki: Kansanvalistusseura. 1.-2. painos, s. 63–78.
- Hiltunen, Riikka 2011. Haastattelu 6.9.2011.
- Hirsjärvi, Sirkka; Remes, Pirkko ja Sajavaara, Paula 1997. Tutki ja kirjoita. Helsinki: Tammi.
- Hälinen, Heini 2011. Low Vision. Isokirjoitettu Antoine de Saint-Exupéryn Pikku Prinssi. Lahden Ammattikorkeakoulu, Muotoilu- ja taideinstituutti. Ammattikorkeakoulun perustutkinnon opinnäytetyö. Viitattu 26.3.2012. [https://publications.theseus.fi/bitstream/handle/10024/27668/halinen\\_heini.pdf?sequence=1](https://publications.theseus.fi/bitstream/handle/10024/27668/halinen_heini.pdf?sequence=1)
- Hämäläinen, Virpi & Maula, Hanna 2004. Strategiaviestintä. Keuruu: Inforviestintä.
- Itkonen, Markus 2003. Typografian käsikirja. Helsinki: RPS-yhtiöt.
- Itkonen, Markus 2006. Typografia ja luettavuus. Teoksessa Leskelä, Leela & Virtanen, Hannu (toim.) 2006. Toisin sanoen. Selkokielen teoriaa ja käytäntöä. Helsinki: Oppimateriaalikeskus Opike, s. 72–86.
- Itkonen, Markus 2012a. Saavutettavan viestinnän oppaan tarkistaminen. Email outhi.salo@humak.edu 4.3.2012.

- Itkonen, Markus 2012b. Opinnäytetyön viittausten tarkistaminen. Email outi.salo@humak.edu 26.4.2012.
- Joutsenniemi, Leena 2011. Haastattelu 1.9.2011.
- Kortetjärvi-Nurmi, Sirkka; Kuronen, Maija-Liisa & Ollikainen, Marja 2009. Yrityksen viestintä. Helsinki: Edita. 5.-6. painos.
- Kulkki-Nieminen, Auli 2002. Selkokielen ja yleiskielen eroista. Teoksessa Virtanen, Hannu (toim.) 2002. Selko-opas. Tampere: Kehitysvammaliitto. s. 33–46.
- Kulttuurikaikille -palvelu 2011a. Kulttuurifestivaalien ja -tapahtumien saavutettavuus – keväällä 2011 toteutetun kyselyn tulokset. Viitattu 13.12.2011.  
[http://www.cultureforall.info/doc/tutkimukset\\_ja\\_raportit/Kulttuurifestivaalien\\_ja\\_tapahtumien\\_saavutettavuus.pdf](http://www.cultureforall.info/doc/tutkimukset_ja_raportit/Kulttuurifestivaalien_ja_tapahtumien_saavutettavuus.pdf)
- Kulttuurikaikille -palvelu 2011b. Tietoa meistä. Viitattu 10.8.2011.  
[http://www.kulttuuriakaikille.info/palveluita\\_tarjolla\\_tietoa\\_meista](http://www.kulttuuriakaikille.info/palveluita_tarjolla_tietoa_meista)
- Kulttuurikaikille -palvelu 2011c. Tarkistuslista tapahtumajärjestäjälle. Viitattu 18.7.2011.  
[http://www.kulttuuriakaikille.fi/doc/tarkistuslistat/tapahtuman\\_jarjestaminen\\_tarkistuslista.pdf](http://www.kulttuuriakaikille.fi/doc/tarkistuslistat/tapahtuman_jarjestaminen_tarkistuslista.pdf)
- Kulttuurikaikille -palvelu 2012a. Vammaisten ihmisten kokemukset taide- ja kulttuuripalvelujen käyttäjinä. Kyselyyn ja haastatteluihin perustuva selvitys vuonna 2011. Viitattu 25.4.2012.  
[http://www.kulttuuriakaikille.fi/doc/tutkimukset\\_ja\\_raportit/vammaiset\\_kulttuuripalvelujen\\_kayttajina.pdf](http://www.kulttuuriakaikille.fi/doc/tutkimukset_ja_raportit/vammaiset_kulttuuripalvelujen_kayttajina.pdf)
- Kulttuurikaikille -palvelu 2012b. Toimintakertomus 2011. Viitattu 28.4.2012.  
[http://www.cultureforall.info/doc/tausta/Kulttuurikaikille\\_toimintakertomus\\_2011.pdf](http://www.cultureforall.info/doc/tausta/Kulttuurikaikille_toimintakertomus_2011.pdf)
- Kulttuurikaikille -palvelu 2012c. Viestinnän saavutettavuus. Viitattu 28.4.2012.  
[http://www.kulttuuriakaikille.info/saavutettavuus\\_mita\\_on\\_saavutettavuus\\_viestinnan\\_saavutettavuus](http://www.kulttuuriakaikille.info/saavutettavuus_mita_on_saavutettavuus_viestinnan_saavutettavuus)
- Lehtonen, Jukka 1998. Kansainvälinen viestintä. Monikulttuurisen dialogin mahdollisuus? Teoksessa Kivikuru, Ullamaija ja Kunelius, Risto (toim.) 1998. Viestinnän jäljillä. Näkökulmia uuden ajan ilmiöön. Juva: WSOY. 1. painos, s. 301–318
- Martin, Kaj 2011. Haastattelu 17.10.2011.
- Nives, Matti 2011. Haastattelu 17.10.2011.

Näkövammaisten Keskusliitto ry 2012. Näkövammaistahojen testausohjeet verkkosivuille ja -palveluille. Viitattu 18.4.2012

<http://www.nkl.fi/fi/etusivu/tietoa/esteettomyys/testohje>

Ohtonen, Marianna 2002. Selkokieli Internetissä. Teoksessa Virtanen, Hannu (toim.) 2002. Selko-opas. Tampere: Kehitysvammaliitto, s. 71–82.

Opetusministeriö 2002. Kulttuuria kaikille. Esitys vammaiskulttuurin ja kulttuurin saavutettavuuden edistämiseksi. Opetusministeriön työryhmien muistioita 30:2002.

Opetusministeriö 2004. Taide tarjolle, kulttuuri kaikille. Vammaiset ja kulttuuri – toimikunnan ehdotus toimenpideohjelmaksi. Opetusministeriön julkaisuja 2004:29.

Opetusministeriö 2006. Taiteen ja kulttuurin saavutettavuus. Opetusministeriön toimenpideohjelma 2006–2010. Opetusministeriön julkaisuja 2006:6.

Parkkola, Timo 2005. Kulttuurituottajan tiedotusopas. Helsinki: Humanistinen ammattikorkeakoulu. Sarja C. Oppimateriaalit 12/2005.

Peltola, Sara 2011. Saavutettavan viestinnän opas kommentoitavaksi. Email outi.salo@humak.edu 22.10.2011

Pätynen, Tommi ja Salonen, Kirsti-Sisko (Näkövammaisten Keskusliitto ry) 2012. Saavutettavan viestinnän oppaan tarkistaminen. Email outi.salo@humak.edu 24.2.2012.

Raike, Antti 2012. Sosiaalisen median saavutettavuus. Email outi.salo@humak.edu 7.2.2012.

Rentola, Marketta 2008. Hyvä opas. Teoksessa Jussila, Raimo; Ojanen, Eero ja Tuominen, Taija (toim.) 2008. Tieto kirjaksi. Helsinki: Kansanvalistusseura. 1.-2. painos, s. 92–107.

Ristimäki, Reetta 2011. Haastattelu 20.10.2011.

Saastamoinen, Minna 2011. Saavutettavan viestinnän opas kommentoitavaksi. Email outi.salo@humak.edu 5.12.2011

Salo-Lee, Liisa 2003. Kulttuurienvälinen viestintä. Viitattu 10.2.2012.

[http://www.jyu.fi/viesti/verkkotuotanto/yviperust/artikkelit/kulttuurienvalainen\\_viestinta.html](http://www.jyu.fi/viesti/verkkotuotanto/yviperust/artikkelit/kulttuurienvalainen_viestinta.html)

Saloniemi, Marjut 2011. Haastattelu 24.8.2011.

Salovaara, Sari ja Tuura, Kristiina 2009. Toimittanut Pettersson, Susanna. Kaikkien taidemuseo. Saavutettavuus ja diversiteetti Valtion taidemuseossa 2009–2013. Valtion taidemuseon mietinnöt ja strategiat Vtm dnro 2/402/2009.

Selkokeskus 2011. Selkokielen määritelmä. Viitattu 15.8.2011.

<http://papunet.net/selkokeskus/teoriaa/maaritelma.html>

Sipilä, Lauri 2008. Käytännön markkinointi. Nyt. Keuruu: Infor.

Siukosaari, Anssi 2002. Yhteisöviestinnän opas. Yrityksen, järjestön, laitoksen, julkishallinnon yksikön ja muun yhteisön yhteydenpito ja tiedotustoiminta. Helsinki: Tietosanoma. 2. tarkistettu painos.

Suomen Design for All -verkosto 2012. Mitä Design for All on? Viitattu 28.4.2012.

<http://dfasuomi.stakes.fi/FI/DFA+tieto/index.htm>

Svensson, Elisabet 2003. Museo kaikille – Pohjoismainen esteettömyys- ja saavutettavuusopas. Suomentaja GeEdu, suomeksi toimittanut Sari Salovaara. Helsinki: Taidemuseoalan kehittämissyksikkö KEHYS, Valtion taidemuseo.

Teräsvirta, Mikko 2007 (toim.). Kättä pidempää – opas asiakaspalvelun saavutettavuuteen. Museovirasto. Viitattu 18.4.2012. <http://www.nba.fi/fi/File/498/katta-pidempaa.pdf>

Toikkanen, Tarmo 2012. Sosiaalisen median saavutettavuus. Email outi.salo@humak.edu 7.2.2012.

Tuominen, Taija 2008. Ideasta toteutukseen. Teoksessa Jussila, Raimo; Ojanen, Eero ja Tuominen, Taija (toim.) 2008. Tieto kirjaksi. Helsinki: Kansanvalistusseura. 1.-2. painos, s. 34–47.

USLegal 2012. Intercultural Communication Law & Legal Definition. Viitattu 10.2.2012. <http://definitions.uslegal.com/i/intercultural-communication/>

Valtioneuvosto 2011. Pääministeri Jyrki Kataisen hallituksen ohjelma 22.6.2011. Viitattu 5.10.2011 <http://www.vn.fi/hallitus/hallitusohjelma/pdf332889/fi.pdf>

Valtiovarainministeriö 2004. Julkisten verkkopalveluiden laatukriteerit. Työryhmämuistioita 8/2004. Helsinki: Edita.

Vanhanen, Tuomo 2002. Tiedottaja ja verkkoviestintä. Teoksessa Siukosaari, Anssi 2002: Yhteisöviestinnän opas. Yrityksen, järjestön, laitoksen, julkishallinnon yksikön ja muun yhteisön yhteydenpito ja tiedotustoiminta. Helsinki: Tietosanoma. 2. tarkistettu painos, s. 205–220.

Virtanen, Hannu 2009. Selkokielen käsikirja. Helsinki: Oppimateriaalikeskus Opike.

Vuokko, Pirjo 2002. Markkinointiviestintä. Merkitys, vaikutus ja keinot. Helsinki: WSOY. 1. painos.

- Vuokko, Pirjo 2003. Nonprofit-organisaatioiden markkinointi. Helsinki: WSOY. 1. painos.
- Wiio, Antti 2004. Käyttäjäystävällisen sovelluksen suunnittelu. Helsinki: Edita, IT Press. 1. painos.
- Wiio, Osmo A. 1973. Viestinnän perusteet. Espoo: Weilin+Göös. 5. uudistettu painos.
- Wiio, Osmo A. 2009. Viestintä yleensä epäonnistuu, paitsi sattumalta. Wiion lait viestinnästä ja tulevaisuudesta. Helsinki: Deltakirja.
- Älli, Sami & Kara, Henna 2009. Saavutettavuus verkkopalvelussa. Itseopiskelumateriaali. Viitattu 10.4.2012. <http://yhdenvertaisuus-fi-bin.directo.fi/@Bin/f1f12da880a54c17b605baa1c22e4406/1334069657/application/pdf/156362/SAAVUTETTAVUUS%20VERKKOPALVELUISSA.pdf>
- Älli, Sami 2012. Saavutettavan viestinnän oppaan tarkistaminen. Email outi.salo@humak.edu 29.2.2012.
- .

## LIITTEET

### **Liite 1. Viestintää kaikille. Saavutettavan viestinnän opas kulttuuritoimijoille.**

## Viestintää kaikille

Saavutettavan viestinnän opas kulttuuritoimijoille

Koonnut: Outi Salo

22.5.2012



**Kulttuuria kaikille**  
Kultur för alla  
*Culture for All*

Kulttuuria kaikille -palvelu  
Kehittäminen ja yhteiskuntasuhteet KEHYS  
Valtion taidemuseo Kaivokatu 2, 00100 Helsinki

## Sisällys

1 Alkusanat.....	3
2 Mitä viestinnän saavutettavuus on?.....	3
3 Ohjeita suunnitteluun.....	4
3.1 Ulkoasun suunnittelu.....	5
3.1.1 Tekstin typografia.....	5
3.1.2 Värit.....	7
3.2 Tieto kohteen saavutettavuudesta.....	8
3.2.1 Symbolien käyttö.....	8
3.2.2 Kerro viestinnässäsi ainakin nämä saavutettavuustiedot.....	9
3.2.3 Kerro mahdollisuuksien mukaan myös nämä tiedot.....	10
3.3 Kielivaihtoehtojen tarjoaminen.....	12
3.4 Selkeä kieli.....	13
3.5 Selkokieli.....	14
3.6 Ymmärtämisen tukeminen taustatiedon avulla.....	15
3.7 Sana- ja termivalinnat.....	15
4 Viestinnän kohdentaminen.....	16
4.1 Kenelle kannattaa kohdentaa viestintää saavutettavista palveluista?.....	16
4.2 Erityishuomioita eri kulttuuritaustaisille ihmisille suunnatusta viestinnästä.....	19
5 Viestintävälineiden saavutettavuus.....	20
5.1 Verkkosivut.....	21
5.1.1 Tilaajan muistilista: verkkosivuston graafinen suunnittelu.....	22
5.1.2 Tilaajan muistilista: verkkosivuston tekninen toteutus.....	23
5.1.3 Ylläpitäjän muistilista.....	23
5.1.4 Verkkokirjoittaminen.....	24
5.1.5 Verkkosivuston esteettömyyden testaajia ja testausohjeita.....	25
5.1.6 Lisätietoa saavutettavista verkkosivuista.....	25
5.2 Esitteet.....	26
5.3 Asiakaspalvelu.....	27
5.4 Viestintä paikan päällä.....	28
5.5 Suullinen esitys.....	28
6 Palautteen kerääminen.....	30
Lähteet.....	31
Liitteet.....	33
Liite 1. Lyhyt tarkistuslista viestinnän saavutettavuudesta.....	33



# 1 Alkusanat

Tämä saavutettavan viestinnän opas on suunnattu kulttuuriorganisaatioiden viestinnästä vastaaville henkilöille. Ohjeet on rajattu koskemaan ulkoista viestintää. Oppaan tarkoituksena on auttaa toteuttamaan kulttuuriorganisaation perusviestintää saavutettavasti.

Oppaassa tuodaan esiin olennaisia viestinnän keinoja ja välineitä nimenomaan saavutettavuuden näkökulmasta. Luvun 3 "Ohjeita suunnitteluun" neuvot kattavat suurimman osan viestintämateriaalien olennaisimmista saavutettavuuskysymyksistä. Lisäksi luvussa 5 "Viestintävälineiden saavutettavuus" on nostettu esiin sellaisia kanavia, joihin on annettavissa erikseen saavutettavuuteen liittyviä erityisohjeita.

Kulttuuriorganisaatioissa tehdään paljon viestintää itse, mutta joitakin viestintämateriaaleja tai viestinnän osa-alueita saatetaan hankkia ostopalveluina. Saavutettavuusnäkökulman huomioimista kannattaa pyytää myös näiden tilattavien materiaalien ostopalvelujen tuottajilta. Asia kannattaa ottaa huomioon jo eri palveluntarjoajia kilpailutettaessa.

Oppaan liitteenä on lyhyt tarkistuslista, jonka avulla voi kartoittaa oman viestinnän saavutettavuuden nykytilannetta. Tarkistuslistaan on nostettu saavutettavan viestinnän ydinkysymyksiä, joista kerrotaan tarkemmin tässä oppaassa.

Oppaan tiedot on koottu useista lähteistä. Lähdeviittaukset on merkitty alaviitteinä, ja oppaan lopussa on kattava lähdeluettelo. Oppaan ohjeet koskevat osin muuttuvaa tietoa. Lisäksi eri lähteet saattavat tarjota keskenään ristiriitaista tietoa saavutettavuudesta. Siksi ohjeet eivät ole absoluuttisia totuuksia eivätkä ainoita oikeita tapoja tehdä saavutettavaa viestintää. Niiden on kuitenkin tarkoitus antaa oikeaa suuntaa ja työkaluja saavutettavuuden kehittämiseen.

Kulttuurituottajaopiskelija Outi Salo Humanistisesta ammattikorkeakoulusta kokosi oppaan osana opinnäytetyötään Kulttuuria kaikille -palvelun ohjauksessa. Oppaan työstämisessä on tehty yhteistyötä kulttuuriorganisaatioiden viestinnästä vastaavien henkilöiden ja saavutettavuusalan asiantuntijoiden kanssa.

## 2 Mitä viestinnän saavutettavuus on?

Saavutettavuus tarkoittaa sitä, että erilaisille ihmisille tarjotaan mahdollisimman hyvät osallistumismahdollisuudet riippumatta heidän yksilöllisistä ominaisuuksistaan. Saavutettavuus on yhdenvertaisuuden edistämistä. Suomessa käytetään synonyymeina käsitteitä esteettömyys ja saavutettavuus. Esteettömyys on kuitenkin totuttu liittämään erityisesti rakennetun ympäristön toimivuuteen, kun taas saavutettavuutta pidetään usein kokonaisvaltaisempana käsitteenä.

Hyvä saavutettavuus palvelee mahdollisimman hyvin mahdollisimman monia. Saavutettavia palveluita voivat käyttää täysipainoisesti toimimisesteiset, kuten kehitys-, liikunta- ja aistivammaiset henkilöt sekä kieli- ja kulttuurivähemmistöihin kuuluvat henkilöt, esimerkiksi viittomakieliset ja siirtolaiset.

Viestinnän saavutettavuus tarkoittaa, että annettu informaatio on sisällöltään ymmärrettävää, ulkoasultaan selkeää, helppokäyttöistä ja helposti saatavilla. Viestinnän saavutettavuuteen liittyy myös se, että oman kohteen esteettömyydestä ja saavutettavuudesta kerrotaan viestinnässä. Saavutettavan viestinnän edellytyksenä on muun muassa se, että käytettävä kieli on selkeää, verkkosivuja voidaan katsella erilaisten apuvälineiden avulla, tarvittava tieto löytyy helposti ja viestinnässä käytetään symboleja. Lisäksi tietoa voidaan vastaanottaa eri aisteilla, eli tietoa ei tarjota esimerkiksi vain visuaalisena.

Saavutettavaan viestintään liittyy kysymys siitä, tavoittaako tiedotus tehokkaasti uusia kävijäryhmiä. Lisäksi kannattaa pohtia, mitä ja kenelle viestitään sekä miten ja milloin viestintä toteutetaan. Tiedotusta ja mainontaa on tärkeää suunnata myös vähemmistöille.

Saavutettavuuden kehittäminen kannattaa. Saavutettavuuden kehittäminen ilmaisee sitä, että organisaatio on yhteiskunnallisesti vastuuntuntoinen eli välittää yhdenvertaisuudesta ja tasa-arvosta. Saavutettavuuden huomioon ottaminen on hyvää asiakaspalvelua<sup>1</sup>. Kävijät saavat myönteisiä elämyksiä ja ilahtuvat, kun juuri heidät on otettu huomioon. Hyvään saavutettavuuteen panostava kulttuuritoimija löytää uusia yleisöjä ja saa sitä kautta taloudellisia hyötyjä. Saavutettavuuden edistäminen on myös kilpailuetu. Lisäksi toimijan potentiaalisten rahoituskanavien määrä lisääntyy.

Viestinnän kehittäminen saavutettavammaksi ei yleensä edellytä ylimääräisiä, suuria kustannuksia. Esimerkiksi ymmärrettävä ja selkeä esite ei ole sen kalliimpi kuin muutkaan esitteet. Saavutettavuus on enemmänkin jokapäiväisessä työssä huomioitava näkökulma kuin erillinen kehitettävä asia.

### 3 Ohjeita suunnitteluun

Liikkeelle on helpointa lähteä kartoittamalla viestinnän saavutettavuuden nykytilanne esimerkiksi liitteenä olevan tarkistuslistan avulla. Sen jälkeen kannattaa tehdä viestinnän saavutettavuussuunnitelma, jossa määritellään tavoitteet, toimenpiteet, aikataulu ja vastuhenkilöt. Suunnitelmaan kannattaa kirjata, miten viestinnän saavutettavuuden kehittämistä dokumentoidaan, seurataan ja arvioidaan.

<sup>1</sup> Museums Libraries Archives (MLA) 2004, 3.

Kaikkia tarvittavia muutoksia ei tarvitse eikä kannata tehdä kerralla. Saavutettavuustyön voi aloittaa esimerkiksi organisaation tärkeimmästä viestintävälineestä. Toinen vaihtoehto on korjata esiin nousseet suurimmat puutteet ensimmäisenä. On hyödyllistä tehdä erikseen pitemmän aikavälin suunnitelma, jossa toimenpiteet asetetaan tärkeysjärjestykseen. Kaikkea viestintää ei tarvitse kerralla muuttaa erilaisiin vaihtoehtoihin muotoihin. Saavutettavuustyötä voi pikkuhiljaa lähteä laajentamaan omien resurssien mukaan ja huomioida erityisesti asiakkaiden ja sidosryhmien toiveita.

Aikataulussa on hyvä ottaa huomioon, että esimerkiksi verkkosivujen muutokset on edullisinta tehdä sivuston suunnittelemisen tai uudistamisen yhteydessä. On järkevämpää ottaa saavutettavuus huomioon alusta lähtien kuin tehdä suuria muutoksia myöhemmin.

### 3.1 Ulkoasun suunnittelu

Huolellisella ulkoasun suunnittelulla materiaaleista saa selkeät, helppolukuiset ja houkuttelevan näköiset. Tekstin ulkoasulla voidaan vaikuttaa paljon luettavuuteen. Hyvä yleisohje on, että kaikista materiaaleista kannattaa tehdä visuaalisesti mahdollisimman selkeitä ja rauhallisia. Kun ulkoasu pidetään yksinkertaisena, lukijan huomio kohdistuu olennaisiin asioihin ja lukeminen sujuu nopeasti. Jos organisaatio tilaa graafisen suunnittelun ostopalveluna, graafikkoa on tärkeää pyytää ottamaan saavutettavuus huomioon.

Tässä oppaassa olevia typografian ja värien käytön ohjeita voi soveltaa kaikkiin visuaalisiin materiaaleihin, kuten verkkosivuihin, esitteisiin, julisteisiin, mainoksiin, flyereihin, asiakaslehtiin ja opasteisiin.

#### 3.1.1 Tekstin typografia

Typografia tarkoittaa kirjaintyyppien valintaa, käyttöä ja siitä syntyvää tekstin asua.<sup>2</sup>

- Tarpeeksi suuri kirjainkoko helpottaa lukemista. Leipätekstissä tyypillisesti käytettävä pistekoko on 9,5–11, mutta koon valinta riippuu kirjaintyyppistä eli fontista ja kohderyhmästä<sup>3</sup>. Selkotehtin pistekokosuositus on 11–16<sup>4</sup>, ja heikkonäköisille suunnatun tekstin on hyvä olla pistekokoa 16<sup>5</sup>.
- Rivivälit kannattaa jättää tarpeeksi väljiksi. Rivivälin valinta riippuu kirjainkoosta sekä rivin pituudesta. Pitkät rivit vaativat enemmän riviväliä. 55–60 merkin

<sup>2</sup> Itkonen 2012

<sup>3</sup> Itkonen 2006, 75–76

<sup>4</sup> Virtanen 2002, 58–59 ja 2009, 121

<sup>5</sup> Näkövammaisten Keskusliitto ry 2011

palstassa rivivälin olisi hyvä olla 2–3 pistettä kirjainkokoa suurempi, eli esimerkiksi 12 pisteen tekstissä rivivälin suuruus on 14–15 pistettä.<sup>6</sup>

- Parhaana rivin pituutena pidetään yleensä 55–60 merkkiä (välit mukaan lukien). Miniminä pidetään 35–40 merkkiä ja maksimina 90 merkkiä.<sup>7</sup>
- Palstan muodoksi kannattaa valita oikean reunan liehu, jota ei tavuteta. Tämä tyyli on välttämätön selkokielisissä teksteissä ja julkaisuissa sekä näkövammaisten lukijoiden kannalta. Lisäksi se sopii hyvin myös muille lukijoille. Kun palstassa on oikean reunan liehu, jota ei tavuteta, sanojen välit pysyvät samanpituisina ja teksti on helpompi hahmottaa.<sup>8</sup> Oikean reunan liehutus sopii hyvin myös muille lukijoille.<sup>9</sup>
- Varsinaista yksimielisyyttä ei ole siitä, onko painettu leipäteksti luettavampaa käytettäessä päätteellistä kirjaintyyppiä eli antiikvaa (esim. Times New Roman) vai päätteetöntä eli groteskia kirjaintyyppiä (esim. Arial tai Verdana). Verkkosivuilla päätteetön kirjaintyyppi on helpompi lukea. Luettavuuteen vaikuttaa muodon lisäksi myös kirjaintyyppin tuttuus: siksi yleisiä kirjaintyyppejä kannattaa käyttää. Epätavallista muotoa, esimerkiksi kaunokirjoitusta jäljittelevää tekstiä, on vaikea lukea.<sup>10</sup>
- Kirjaintyyppi ei saa olla liian kapea (condensed) tai laiha (light).<sup>11</sup>
- Pienaakkoset eli gemenat ovat luettavampia kuin suuraakkoset eli versaalit. Tämä koskee myös otsikoita.<sup>12</sup>
- Lihavointi ja kursivointi lisäävät painotekstin luettavuutta lyhyesti ja harkitusti käytettynä.<sup>13</sup> Suuraakkosten käyttöä ei suositella tekstin korostuksina. Alleviivausta kannattaa käyttää vain linkkien korostamiseen.<sup>14</sup>
- Niin sanotussa negatiivitekstissä (valkoinen teksti mustalla pohjalla) täytyy ottaa huomioon kirjainten paksuus, varsinkin jos teksti painetaan. Painoväri saattaa levitä sen verran, että kirjainten ohuet viivat peittyvät. Tasavahva groteski on siksi hyvä valinta negatiiviteksteihin.<sup>15</sup>

<sup>6</sup> Itkonen 2003, 71 ja 2006, 77 & Virtanen 2009, 121

<sup>7</sup> Itkonen 2003, 70 ja 2006, 77 & Virtanen 2009

<sup>8</sup> Itkonen 2006, 80, Näkövammaisten keskusliitto 2011, Virtanen 2002 ja 2009, 122

<sup>9</sup> Itkonen 2012

<sup>10</sup> Itkonen 2006, 76; Virtanen 2009, 120; Valtiovarainministeriö 2004, 41 & Wiio 2004, 203

<sup>11</sup> Itkonen 2006, & Virtanen 2009, 120

<sup>12</sup> Virtanen 2002, 57 & Itkonen 2003, 62

<sup>13</sup> Itkonen 2003, 94 & Wiio 2009, 105

<sup>14</sup> Itkonen 2003, 94 & Wiio 2004, 208

<sup>15</sup> Itkonen 2003, 95



### 3.1.2 Värät

- Värilohjien käytössä kannattaa olla varovainen, sillä kirjainten ja taustan välinen kontrasti vaikuttaa luettavuuteen jopa enemmän kuin kirjainten koko<sup>16</sup>. Musta teksti luonnonvalkoisella pohjalla on kaikkein luettavinta. Myös kellertävä ja muut vaaleat värät soveltuvat tekstin taustalle, mutta kontrasti kannattaa pitää riittävän suurena. Värillistä tekstiä mustalla pohjalla on hankalaa lukea.<sup>17</sup> Tekstin tausta kannattaa olla yksivärinen: varsinkin kirjainten takana olevat kuviot voivat hankaloittaa lukemista. Tekstiä ei siis kannata laittaa edes osittain kuvan tai kuviollisen taustan päälle.<sup>18</sup>
- Ota huomioon puna-viher- ja violetti-viher-sokeus. Mitään informaatiota ei kannata jättää pelkästään värin varaan.<sup>19</sup> Esimerkiksi verkkosivuilla näkyvässä lippujen varaustilanteessa punainen kuvio voisi tarkoittaa täyteen varattua ja vihreä kuvio sitä, että lippuja on runsaasti jäljellä. Kuvioiden olisi hyvä poiketa toisistaan (esim. punainen kolmio = täyteen varattu ja vihreä pallo = vapaita lippuja), jotta tieto välittyy niillekin, jotka eivät erota värejä toisistaan. Samoin esimerkiksi linkejä ei kannata korostaa pelkällä värillä, vaan myös alleviivauksella. Symboleissa on aina oltava sanallinen selitys, ja verkkosivustolla niille tulee tarjota tekstivastineet.

#### Lisätietoa selkeästä graafisesta suunnittelusta

- Itkonen, Markus 2006. Typografia ja luettavuus. Teoksessa Leskelä, Leela-Laura & Virtanen, Hannu (toim.) 2006. Toisin sanoen. Selkokielen teoriaa ja käytäntöä. Helsinki: Oppimateriaalikeskus Opike.
- Itkonen, Markus 2003. Typografian käsikirja. Helsinki: RPS-yhtiöt.
- Näkövammaisten Keskusliitto ry. Suositus painetun tekstin tekijöille. [http://www.nkl.fi/fi/etusivu/oikeus/lausunto/suosituks/painettu\\_teksti](http://www.nkl.fi/fi/etusivu/oikeus/lausunto/suosituks/painettu_teksti)
- Laak, Timo 2006. Saavutettavaa typografiaa. Osat 1 ja 2. <http://saavutettava.fi/2006/03/24/saavutettavaa-typografiaa-osa-1/>  
<http://saavutettava.fi/2006/04/16/saavutettavaa-typografiaa-osa-2/>
- Stolt, Anne (koonnut) 2009. Taitto-ohjeita luettavuuden parantamiseksi. [http://www.cultureforall.info/doc/tietopaketti\\_ ja\\_opaat/taitto\\_ohjeita\\_luettavuuden\\_parantamiseksi.pdf](http://www.cultureforall.info/doc/tietopaketti_ ja_opaat/taitto_ohjeita_luettavuuden_parantamiseksi.pdf)

<sup>16</sup> Näkövammaisten Keskusliitto ry 2011

<sup>17</sup> Svensson 2003, 40; Virtanen 2002, 57

<sup>18</sup> Ohtonen 2002, 78; Näkövammaisten Keskusliitto ry 2011

<sup>19</sup> Valtiovarainministeriö 2004, 40; W3C 2011

### 3.2 Tieto kohteen saavutettavuudesta

**Oman yleisökohteen saavutettavuudesta ja esteettömyydestä kertominen osana viestintää on yksi saavutettavan viestinnän perusasioista.** Saavutettavuus- ja esteettömyystietojen kertominen on olennainen osa hyvää markkinointia ja asiakaspalvelua. On tutkittu<sup>20</sup>, että monet kulttuuripalvelujen tuottajat eivät kerro riittävästi kohteensa saavutettavuudesta. Ilman saavutettavuustietoja kävijät eivät voi arvioida itsenäisesti etukäteen, voivatko he käyttää organisaation palveluja ja tiloja. Tämä vuoksi he saattavat jättää käyttämättä organisaation palveluja. Kulttuuriorganisaatio voi saada paljon uusia kävijöitä huolehtimalla kohteensa saavutettavuus- ja esteettömyystietojen kertomisesta.

Ennen saavutettavuus- ja esteettömyystietojen kertomista on tarkistettava, että annetut tiedot ovat täsmällisiä ja oikeita. Saavutettavuustietojen tulisi pohjautua selvitettyyn tietoon. Kun kertoo kohteen saavutettavuudesta, kannattaa mahdollisuuksien mukaan tuoda esiin arvioinnissa käytetyt saavutettavuuden kriteerit. Esimerkiksi esteettömästä pysäköinnistä kerrottaessa voi mainita pysäköintiruudun koon ja etäisyyden sisäänkäynnistä.

Monet kävijät ovat tottuneet etsimään tietoa saavutettavuudesta nimenomaan kulttuuri toimijan verkkosivuilta. Verkkosivuilla saavutettavuustiedot kannattaa sijoittaa kohteesta kertovien perustietojen viereen sekä perusteellisemmin oman ”saavutettavuus”-otsikon alle<sup>21</sup>. Lisäksi saavutettavat palvelut on hyvä merkitä symbolikuvilla täydennetyillä opasteilla paikan päällä, esimerkiksi esteettömät reitit ja induktiosilmukan käyttömahdollisuus. Kohteen saavutettavuudesta voi tehdä lisäksi erillisen esitteen, jossa asiasta kerrotaan laajemmin.

Kohteen saavutettavuutta voi kartoittaa omatoimisesti esimerkiksi Kulttuuria kaikille -palvelun verkkosivuilla olevien tarkistuslistojen avulla.

[http://www.kulttuuriakaikille.info/saavutettavuus\\_tarkistuslistat\\_arvioinnin\\_tueksi](http://www.kulttuuriakaikille.info/saavutettavuus_tarkistuslistat_arvioinnin_tueksi)

#### 3.2.1 Symbolien käyttö

Symboleja kannattaa käyttää opasteissa ja aina, kun kerrotaan kohteen saavutettavuudesta. Jotta voidaan todeta, että palvelu tai tila on saavutettava, sen tulee täyttää saavutettavuuden kriteerit. Ennen symbolien käyttämistä viestinnässä on siis tärkeää tarkistaa, millaisia kriteereitä niiden käyttöön liittyy.<sup>22</sup> Rakennettuun ympäristöön liittyviä määräyksiä ja kriteereitä on koottu Esteetön.fi-sivustolle, <http://www.esteeton.fi/portal/fi/>.

<sup>20</sup> Kulttuuria kaikille -palvelu 2011c & 2012

<sup>21</sup> Kulttuuria kaikille -palvelu 2012

<sup>22</sup> Kulttuuria kaikille -palvelu 2011b.

Symbolit antavat tietoa myös silloin, kun kirjoitetun kielen ymmärtäminen tuottaa vaikeuksia. Koholla olevat symbolit voivat opastaa myös näkövammaisia. Jos mahdollista, kannattaa valita kansainvälisesti tunnettuja symboleja. Mitä käytetympiä symbolit ovat, sitä tutumpia ja ymmärrettävämpiä ne ovat.




Kulttuuripalveluihin ja saavutettavuuteen liittyviä symboleita löytyy esimerkiksi seuraavilta verkkosivuilta:


**Kulttuuria kaikille** [http://www.kulttuuriakaikille.info/saavutettavuus\\_symboleja\\_viestintaan](http://www.kulttuuriakaikille.info/saavutettavuus_symboleja_viestintaan)  
**Helsinki kaikille** <http://www.hel.fi/hki/hkr/fi/Helsinki+kaikille/Kuvasymbolit>

### 3.2.2 Kerro viestinnässäsi ainakin nämä saavutettavuustiedot

Olennaisimmat saavutettavuustiedot kannattaa kertoa aina, kun kulttuurikohteesta annetaan perustietoa eli esimerkiksi esitteissä ja verkkosivuilla. Alla olevassa taulukossa esitetyt saavutettavuustiedot kannattaa ilmaista sekä sanallisesti että symbolien avulla. Niiden yhteydessä on hyvä antaa yhteystiedot (puhelinnumero ja sähköposti) henkilökunnasta sille henkilölle, jolta voi kysyä lisätietoa saavutettavuudesta.

On tärkeää kertoa myös siitä, millaisia mahdollisia puutteita kohteen saavutettavuudessa on. Jos tilat eivät esimerkiksi ole esteettömät tai niissä ei ole esteetöntä wc:tä, siitä tulee kertoa sanallisesti saavutettavuustietojen yhteydessä. Symboleja saa käyttää ainoastaan silloin, kun saavutettavuuden kriteerit toteutuvat.

Saavutettavuus toteutuu		Ei toteudu (symbolia ei käytetä)
	Tiloihin on esteetön pääsy. (Kerro esteettömän sisäänkäynnin sijainti. Jos tiloihin on vain osittain esteetön pääsy, tarkenna, mihin tiloihin.)	Tiloihin ei ole esteetöntä pääsyä.
	Tiloissa on esteetön wc. (Kerro mahdollisuuksien mukaan wc:n koko.)	Tiloissa ei ole esteetöntä wc:tä.
	Esteetön pysäköinti. (Kerro mahdollisuuksien mukaan pysäköinnin etäisyys sisäänkäynnistä ja pysäköintiruudun koko.)	Ei esteetöntä pysäköintiä.

	Tiloissa on esteetön hissi. (Kerro hissin koko.)	Tiloissa ei ole esteetöntä hissiä.
	Tiloissa on hissi. (Kerro hissin koko.)	Tiloissa ei ole hissiä.
	Käytössä on induktiosilmukka. (Kerro, missä tiloissa tai palvelupisteissä on induktiosilmukka.)	Induktiosilmukkaa ei ole.
	Avustavat koirat ovat tervetulleita kohteeseen.	Avustavat koirat eivät saa tulla kohteeseen.
	Tarjolla on lainattavia apuvälineitä, esimerkiksi pyörätuoleja. (Kerro mahdolliset lainauksen ohjeet ja apuvälineiden säilytyspaikat).	Lainattavia apuvälineitä ei ole.
	Lippujen hintoja on porrastettu.	Lippujen hintoja ei ole porrastettu.

### 3.2.3 Kerro mahdollisuuksien mukaan myös nämä tiedot

Laajempia tietoja saavutettavuudesta voi mahdollisuuksien mukaan tarjota perustietojen ohella verkkosivuilla sekä esimerkiksi erillisessä saavutettavuudesta kertovassa esitteessä. Myös laajempien saavutettavuustietojen yhteydessä on hyvä käyttää symboleja.

Tässä listassa esitetyt saavutettavuustiedot koskevat rakennetun ympäristön saavutettavuutta, saavutettavuutta eri aistien avulla, ymmärtämisen tukemista ja taloudellista saavutettavuutta.



### Rakennetun ympäristön saavutettavuus

- Onko pyörätuolikatsomoa tai pyörätuolipaikkoja? Montako paikkaa, miten ne on sijoitettu? Pitääkö pyörätuolipaikat varata etukäteen?
- Onko levähtämiseen tarkoitettuja istuimia?
- Onko esiintymistiloihin (kuten pukuhuoneisiin ja lavalle) esteetön pääsy?
- Onko tarjolla lainattavia apuvälineitä, onko lainaukselle ehtoja?
- Millaiset ovat ulkoalueiden kulkuväylien pinnoitteet?
- Missä ovat varauuskäyntien sijainnit ja millainen on niiden esteettömyys?
- Onko lepohuonetta?
- Tarjoaako organisaatio avustajia asiakkaiden avuksi?

### Saavutettavuus eri aistien avulla

- Onko tarjolla viittomakielen tulkkausta?
- Onko tarjolla tekstitulkkausta? (Tekstitulkkaus eli kirjoitustulkkaus auttaa etenkin huonokuuloisia tai kuuroutuneita ihmisiä.)
- Onko tarjolla kuvailutulkkausta? (Kuvailutulkkaus on jonkin kohteen tai esityksen suullista kuvailua henkilölle, joka tarvitsee näkemisen tueksi tai sijaan sanallista kuvailua.)
- Onko informaatiota tai opasteita pistekirjoituksella tai äänitteillä, mistä niitä löytyy?
- Onko mahdollista lainata kohokarttoja?
- Missä muodoissa ja millaista tietoa on tarjolla paikan päällä? (Esimerkiksi ääniopastukset, taustatieto painettuna, salitekstit, tietokoneet jne.)
- Onko mahdollista tutustua tunnustelemalla esimerkiksi näyttelyesineisiin tai lavastukseen?

### Ymmärtämisen tukeminen

- Onko mahdollista tutustua tunnustelemalla esimerkiksi näyttelyesineisiin tai lavastukseen?
- Onko mahdollista saada sisältöön, kuten esitykseen tai näyttelyyn, liittyvää selkokielistä materiaalia?
- Onko mahdollisuuksia erilaisiin opastuksiin (esimerkiksi selkokieli, viittomakieli, kuvaileva opastus)?

**Taloudellinen saavutettavuus**

- Pääseekö asiakkaan avustaja, tulkki tai ohjaaja ilmaiseksi kohteeseen? (Todistusta avustajan tarpeeseen ei tulisi vaatia, sillä sellaista ei ole yleisesti käytössä, ja yleensä tarve on ilmeinen.)
- Onko alennettuja lipunhintoja ja kuka on niihin oikeutettu?
- Onko ilmaisaikoja?

**Muuta**

- Onko ohjelman sisällössä jotain huomioitavaa, esimerkiksi lapsille sopivaa/sopimatonta, tai hätkähdyttävää sisältöä. Onko räikeitä valoja, jotka voivat aiheuttaa esimerkiksi epileptikoille ja näkövammaisille henkilöille haittaa, tuoksuja, jotka voivat aiheuttaa allergikoille haittaa, kovia ääniä? Onko musiikin äänenvoimakkuus huomattavan suuri?
- Mikä on esityksen/audiovisuaalisen teoksen kieli, ja onko siinä tekstitys?

**3.3 Kielivaihtoehtojen tarjoaminen**

Viestinnässä on hyvä tarjota tietoa useilla kielillä, ainakin suomeksi, ruotsiksi ja englanniksi. Kohderyhmän ja kulttuuriorganisaation maantieteellisen sijainnin perusteella myös esimerkiksi venäjä voi olla tärkeä kieli. Kielivaihtoehtoja mietittäessä kannattaa huomioida myös selkokieli ja viittomakieli. Kieliversioiden ei tarvitse olla identtisiä tai yhtä kattavia.

Ainakin verkkosivuilla kannattaa kertoa vähintään perusasiat useilla eri kielillä. Saavutettavuustiedot on hyvä kertoa kaikilla viestinnässä käytettävillä kielillä ja symboleja käyttäen. Jos toisella kielellä löytyy enemmän tietoa ja materiaalia jostakin aiheesta, siitä olisi hyvä mainita myös. Tieto tai materiaali, joka on pääkielen sivulla, kannattaa siis linkittää toisen kieliversion sivulle (esimerkiksi "Kultur för alla har publicerat en rapport om XX på finska och den hittar här: [www.kulttuuriakaikille.info/xx](http://www.kulttuuriakaikille.info/xx)")

Myös esitteistä kannattaa tarjota erikielisiä versioita, tai samassa esitteessä voi olla samat tiedot usealla eri kielellä. Jos samassa esitteessä käytetään useita kieliä, on esitteen selkeydestä huolehdittava erityisen hyvin.

Mikäli kulttuuritoimija tarjoaa esimerkiksi viittomakielisiä palveluita, on niistä hyvä tiedottaa ainakin verkkosivuilla myös viittomakielellä. Näin tieto palveluista tavoittaa paremmin kohderyhmänsä.

### 3.4 Selkeä kieli

Selkeän kielen säännöt ovat viestinnän perusasioita ja sinällään tuttuja monille. Selkeä kieli on kuitenkin olennainen osa viestinnän saavutettavuutta, joten se on nostettu erikseen esiin tässä oppaassa.

- Suomea kirjoittaessa tai puhuessa kannattaa vaihtaa vierasperäiset ja vieraskieliset sanat suomenkielisiin vastineisiin.<sup>23</sup>
- Vältä tuntemattomia sanoja, esimerkiksi ammattikieltä. Sanaston valinnassa on hyvä ottaa huomioon kohderyhmä. Vaikeat sanat saavat koko tekstin tuntumaan vaikealta.<sup>24</sup>
- Pitkät virkkeet ovat hankalia lukea: jo yli 14–15 sanaa samassa virkkeessä on liikaa.<sup>25</sup>
- Pitkiä, yli neljän tavun pituisia sanoja kannattaa välttää.<sup>26</sup>
- Pää- ja sivulauseet ovat helppoja ymmärtää, kun taas lauseenvastikkeet ovat vaikeampia hahmottaa.<sup>27</sup> Sivulauseita tulisi olla enintään yksi virkettä kohden.<sup>28</sup>
- Yhteen kappaleeseen kannattaa sisällyttää vain yksi asia.
- Konkreettinen teksti on ymmärrettävämpää kuin abstrakti. Käytännönläheisyyttä voi lisätä esimerkeillä ja vertauksilla.<sup>29</sup>
- Aktiivia kannattaa käyttää passiivin sijasta. On parempi kertoa, kuka tekee, kuin että "tehdään".<sup>30</sup>
- Lukemista helpottaa, jos tekstissä on enemmän verbejä ja substantiiveja kuin adjektiiveja ja adverbeja.<sup>31</sup>
- Tekstiä on hitaampaa lukea tietokoneen ruudulta kuin paperilta. Siksi verkkotekstin luettavuuteen kannattaa kiinnittää erityistä huomiota.<sup>32</sup>
- Hyvin tehty otsikointi ja väliotsikointi helpottavat minkä tahansa tekstin lukemista ja silmäilyä. Otsikkotasojen kannattaa olla enintään kolme.<sup>33</sup>

<sup>23</sup> Siukosaari 2002; 80; Wiio 2009, 54–55, 98

<sup>24</sup> Wiio 2009, 98

<sup>25</sup> Siukosaari 2002; 80; Wiio 2009, 99

<sup>26</sup> Wiio 1968, 164

<sup>27</sup> Kortetjärvi-Nurmi, Kuronen & Ollikainen 2009, 190; Paasio 2008, 202

<sup>28</sup> Parkkola 2005, 23

<sup>29</sup> Virtanen 2009, 108–110; Wiio 1968, 136

<sup>30</sup> Virtanen 2009, 108–110; Wiio 1968, 138

<sup>31</sup> Wiio 1968, 164

<sup>32</sup> Kortetjärvi-Nurmi, Kuronen & Ollikainen 2009, 101

<sup>33</sup> Itkonen 2003, 85 ja 2006, 83

- Tekstiä tukevat kuvat helpottavat usein ymmärtämistä.

### 3.5 Selkokieli

Tietoa kannattaa tarjota myös selkokielellä. Selkokeskus määrittelee selkokielen seuraavasti: "Selkokieli on suomen kielen muoto, joka on mukautettu sisällöltään, sanastoltaan ja rakenteeltaan yleiskieltä luettavammaksi ja ymmärrettävämmäksi. Selkokieli on eri asia kuin selkeä ja hyvä yleiskieli. Se on suunnattu ihmisille, joilla on vaikeuksia lukea tai ymmärtää yleiskieltä."

Selkokieltä voi käyttää esimerkiksi verkkosivuilla, esitteissä, opastuksessa, seinäteksteissä ja muussa tiedotuksessa<sup>34</sup>. Verkkosivustolla olisi hyvä tarjota ainakin kulttuuritoimijan ydintiedot selkokielellä. Selkokeskus suosittaa, että selkokielen kieliversion nimi verkkosivuilla on selkosuomi, sillä se on esimerkiksi siirtolaisille ymmärrettävämpi. (Kieliversiot voisivat siis olla esimerkiksi "suomeksi", "selkosuomeksi", "in English" ja "på svenska".)

Selkokielen käyttäjät voivat hyötyä myös kuvilla havainnollistamista. Muun muassa Papunet-verkkopalvelussa on esimerkkejä siitä, miten erilaisia asioita voi esittää kuvien tuettuna: <http://papunet.net/kuva/>.

Selkokielen kirjoittamista on mahdollista opiskella itse. Koulutuksia järjestävät esimerkiksi Selkokeskus ja Oriveden opisto. Yleiskielisiä tekstejä voi myös selkokielistää tai tekstin voi tilata selkokieliseksi kirjoitettuna. Esimerkiksi Selkokeskus tarjoaa tekstien kirjoitus- ja muokauspalveluita. Omat selkokielliset tekstit kannattaa tarkistuttaa Selkokeskuksessa ennen julkaisua. Tarkistuksen jälkeen tekstile voidaan myöntää selkologo, joka helpottaa selkotekstien etsimistä. Selkologia ei saa käyttää ilman lupaa.

Selkokeskus muokkaa tekstejä selkokielisiksi sekä arvioi ja testaa tekstejä. Selkokeskus myöntää selkologon esitteille ja lehdille. Verkkosivustoille logon myöntää Selkokeskus yhteistyössä Papunet-verkkopalvelun kanssa. Selkokielisten verkkosivujen tekemiseen voi pyytää neuvoa Selkokeskuksesta ja Papunet-verkkopalvelusta. Verkkosivuston selkokielisyydestä voi pyytää lausunnon ja samalla voi tilata käytettävyyssarviointin. Tarkistuksen jälkeen sivustolle on mahdollista myöntää selkologo.

#### Lisätietoa selkokielestä ja selkokielen tekstin kirjoittamisesta:

- Selkokeskus <http://papunet.net/selkokeskus/>
- Papunet-verkkopalvelu <http://papunet.net/>

<sup>34</sup> Opetusministeriö 2006, 9

- Virtanen, Hannu 2009. Selkokielen käsikirja. Helsinki: Oppimateriaalikeskus Opike.
- Leskelä, Leealaura & Virtanen, Hannu (toim.) 2006. Toisin sanoen. Selkokielen teoriaa ja käytäntöä. Helsinki: Oppimateriaalikeskus Opike.
- Virtanen, Hannu (toim.) 2002. Selko-opas. Tampere: Kehitysvammaliitto.
- Kartio, Johanna (toim.) 2009. Selkokieli ja vuorovaikutus. Helsinki: Oppimateriaalikeskus Opike.

### 3.6 Ymmärtämisen tukeminen taustatiedon avulla

Taustatiedon tarjoaminen palvelee niitä, jotka eivät tunne aihetta etukäteen, jotka tarvitsevat tarkempaa tietoa ymmärtämisen tueksi tai jotka haluavat syventää tietojaan<sup>35</sup>. Esimerkiksi verkkosivuilla kannattaa tarjota tarkempaa taustatietoa taiteilijoista, esityksestä, näyttelystä ja/tai kulttuurikohteesta (esimerkiksi rakennuksesta ja sen historiasta).

Taustatietoa on hyvä olla myös sellaisissa paikan päällä olevissa materiaaleissa, joihin se luontevasti sopii. Näyttelyiden saliteksteissä tai esittävän taiteen käsiohjelmassa voi kertoa enemmänkin kuin vain perustiedot sisällöstä. Monia asiakkaita kiinnostavat myös aiheisiin liittyvät taustat.

Sisältöön tutustumista helpottaa myös mahdollisuus tilata etukäteen taustamateriaalia tai esimerkiksi käsiohjelma. Ennakoon saatava taustatieto helpottaa myös esimerkiksi viittomakielen, teksti- tai kuvailutulkin työtä.

### 3.7 Sana- ja termivalinnat

Viestinnässä käytettävät termit kannattaa valita huolellisesti. Sanoissa piilee paljon asenteita ja mielikuvia. Omaa kielenkäyttöä on hyvä oppia tarkkailemaan, sillä voimme termeillä ja puhetyylillä luoda tai tukea stereotyyppioita. Ilmaisun sävyyn vaikuttaa, käytetäänkö esimerkiksi sanaa maahanmuuttaja, siirtolainen, uussuomalainen, vammainen, toimimisesteinen, monikulttuurisuus vai moninaisuus/diversiteetti. Esimerkiksi mamu-sana on saanut kielteisiä sävyjä ja se koetaan usein alistavana. Julkisessa keskustelussa sana monikulttuurisuus on liitetty tiettyihin etnisiin ryhmiin tai uskontoihin, vaikka sitä on käytetty kuvamaan eri kulttuurien rinnakkaista yhteiseloä. Diversiteetti tai moninaisuus-käsite taas tarkoittaa sitä, että moninaisuutta nähdään kulttuurien ja yksilöiden sisällä. Silloin erilaisuus koetaan arvokkaaksi eikä sitä nähdä vain "toisissa" vaan kaikkialla, myös itsessä<sup>36</sup>.

<sup>35</sup> Opetusministeriö 2002, 14 ja 2006, 9

<sup>36</sup> Hiltunen, 9.



Käsitteiden valintaan voi pyytää konsultointiapua esimerkiksi kyseisen kohderyhmän järjestöiltä. Tärkeintä on tiedostaa, että sanavalinnoilla on merkitystä.

#### Lisätietoa

- Hiltunen, Anna-Kaisa. Sanasto monikulttuurisuudesta. Taidemuseoalan kehittämissyksikkö Kehys: Kulttuurivähemmistöprojekti.  
[http://www.cultureforall.info/doc/monikulttuurisuus\\_kansio/sanasto.pdf](http://www.cultureforall.info/doc/monikulttuurisuus_kansio/sanasto.pdf)
- Cupore: Monikulttuurisuutta ja kulttuuripoliittikkaa koskevia käsitteitä  
<http://www.cupore.fi/monikulttuurisuuskasitteet.php>

## 4 Viestinnän kohdentaminen

Tässä luvussa annetaan esimerkkejä siitä, mihin tiedotusta saavutettavista palveluista voi suunnata sekä miten eri kulttuuritaustoista tulevia ihmisiä kannattaa lähestyä. Kulttuuripalveluista on hyvä suunnata tiedotusta moninaisille tahoille. Omat yhteystietorekisterit kannattaa tarkistaa ja lisätä sinne esimerkiksi kieli- ja kulttuurivähemmistöjen yhdistyksiä sekä muita moninaisuutta edustavia tahoja.

On hyvä muistaa, että on mahdollista pyytää tavoitellun kohderyhmän edustajia mukaan toiminnan tai viestinnän suunnitteluun. Heiltä voi saada arvokkaita neuvoja kohderyhmän tavoittamiseen. Lisäksi viestintämateriaalit ja -tavat kannattaa testata ennakkoon kohderyhmän edustajilla, mikäli mahdollista.

### 4.1 Kenelle kannattaa kohdentaa viestintää saavutettavista palveluista?

Kaikilla on oltava pääsy luvussa 3.2.2 esiteltyihin saavutettavuustietoihin, eli toteutuvista saavutettavuuden periaatteista on kerrottava yleisölle suunnatussa perusviestinnässä. Lisäksi saavutettavista palveluista voi kohdistaa tiedotusta niille tahoille, joita kyseessä olevan palvelun saavutettavuus saattaa erityisesti kiinnostaa. Näitä tahoja voi myös pyytää mukaan viestinnän suunnitteluun.

Seuraavassa listassa on esimerkkejä tahoista, joille tiedotusta voi suunnata. Lista ei siis ole täydellisen kattava: siinä ei esimerkiksi ole eri yhdistysten paikallisosastoja. Monilla listassa olevilla järjestöillä on myös vastaava ruotsinkielinen järjestö, jonka voi ottaa tiedotuksessa huomioon.

#### Tekstitulkkauksia tarjolla:

- Kuuloliitto ry <http://www.kuuloliitto.fi/>

- Kuurojen liitto ry <http://www.kl-deaf.fi/>

**Tarjolla kuvailutulkkauksia tai ääneen, tuoksuihin tai tuntoaistiin perustuvia kulttuurielämyksiä:**

- Kuurosokeat ry [www.kuurosokeat.fi](http://www.kuurosokeat.fi)
- Näkövammaiset lapset ry <http://www.silmatera.fi/>
- Näkövammaisten Keskusliitto ry <http://www.nkl.fi/>
- Näkövammaisten Kulttuuripalvelu ry <http://www.kulttuuripalvelu.fi/>
- Näkövammaiset Kulttuurin Ystävät NÄKY ry <http://www.naky-kulttuuri.fi/>

**Tarjolla viittomakielisiä palveluja tai visuaalisuuteen perustuvia kulttuurielämyksiä:**

- Kuurojen liitto ry <http://www.kl-deaf.fi/>
- viittomakielen tulkeiksi opiskelevat (Humanistinen ammattikorkeakoulu ja Diakonia-ammattikorkeakoulu)

**Tarjolla selkokieliä palveluita:**

- Afasia-lasten tuki ry <http://www.nic.fi/~hkuusela/>
- Aivoliitto ry <http://www.aivoliitto.fi/>
- Alzheimer-keskusliitto ry [www.alzheimer.fi](http://www.alzheimer.fi)
- Autismi- ja Aspergerliitto ry <http://www.autismiliitto.fi/>
- Kehitysvammaisten palvelusäätiö <http://www.kvps.fi/>
- Kehitysvammaisten tukiliitto <http://www.kvtl.fi/>
- Kehitysvammaliitto <http://www.kehitysvammaliitto.fi/>
- Me itse ry <http://www.kvtl.fi/fi/me-itse/>
- Muistiliitto ry <http://www.muistiliitto.fi/>
- Papunetin selkokielliset sivut <http://papunet.net/selko>
- Selkokeskus <http://papunet.net/selkokeskus/>
- Selkokiellisten verkkosivujen koontisivu <http://selko.fi>
- Selkosanommat <http://selkosanommat.fi>
- Erilaisten oppijoiden liitto <http://www.erilaistenoppijoidenliitto.fi/>
- erityisoppilaitokset

- katso myös "Eri kielillä tarjottavat palvelut", selkokielestä hyötyvät myös esimerkiksi siirtolaiset

#### Erikielisille ihmisille tarjottavat palvelut:

- Infopankki <http://www.infopankki.fi/>
- Kassandra ry <http://www.kassandra.fi/>
- Kulttuurikeskus Caisa <http://www.caisa.fi/>
- Moniheli ry <http://www.moniheli.fi/>
- Monika-Naiset liitto ry <http://www.monikanaiset.fi/>
- Monikulttuurisuusyhdistys Familia Club ry <http://www.familiacub.fi/>
- kielen opiskelijat ja opettajat
- suurlähetystöt
- kulttuuri-instituutit (Infopankin sivuilla on kattava lista)
- ystävyysseurat (Infopankin sivuilla on kattava lista)
- saamelaisyhdistykset, esimerkiksi City-Sámit ry
- seurakuntien maahanmuuttajatyö
- uskonnolliset yhteisöt
- medioita: esimerkiksi Helsinki Times, Helsingin Sanomien englanninkieliset verkkosivut, Yleisradion englanninkieliset uutiset ja YLE Mondo, Lähiradio, muut vähemmistökieliset mediat, kuten venäjänkielinen Spektr ja Radio Sputnik

#### Esteettömämmiksi kehitettyjä palveluita (kannattaa tiedottaa uudistuksista):

- AMC-yhdistys <http://www.amc.fi/>
- Invalidiliitto ry <http://www.invalidiliitto.fi/portal/>
- Kansallinen senioriliitto ry [www.senioriliitto.fi](http://www.senioriliitto.fi)
- Kynnys ry <http://www.kynnys.fi/>
- Lihastautiliitto ry <http://www.lihastautiliitto.fi/Etusivu>
- Lyhytkasvuiset ry <http://www.lyhytkasvuiset.fi/>
- MeHyvät ry <http://personal.inet.fi/yhdistys/mehyvat/index.htm>
- Rullaten ry <http://www.rullaten.fi/>
- Suomen Parkinson-liitto ry <http://www.parkinson.fi/>
- Suomen Polioliitto ry <http://www.polioliitto.com/>



- Suomen Reumaliitto ry <http://www.reumaliitto.fi/>
- Tapaturma- ja sairausinvalidien liitto ry <http://www.tsil.fi/liitto/>
- palvelutalot

#### Yleiset:

- Kansallinen senioriliitto ry [www.senioriliitto.fi](http://www.senioriliitto.fi)
- Kynnys ry [www.kynnys.fi](http://www.kynnys.fi)
- Suomen MS-liitto ry <http://www.ms-liitto.fi/>
- Suomen CP-liitto ry <http://www.cp-liitto.fi/>
- Valtakunnallinen vammaisneuvosto VANE <http://www.vane.to/>
- Vammaisfoorumi ry <http://www.vammaisfoorumi.fi/>
- Vammaisten lasten ja nuorten tukisäätiö <http://www.vamlas.fi/>
- palvelutalot

## 4.2 Erityishuomioita eri kulttuuritaustaisille ihmisille suunnatusta viestinnästä

Kulttuurienvälinen viestintä ("intercultural communication", joskus myös "global communication") on viestintää, jossa otetaan huomioon eri osapuolien erilaiset tavat, asenteet, arvot, uskomukset ja ajatusmallit. Näin ennaltaehkäistään mahdollisia väärinkäsityksiä ja muita epämiellyttäviä viestintätilanteita. Kulttuurienvälisessä viestinnässä erilaisiksi kulttuuritaustoiksi ymmärretään esimerkiksi eri koulutustaustat ja eri ikäpolvien kulttuurit, ei pelkästään etnisyyteen perustuvat eroavaisuudet. Tärkein ominaisuus kulttuurienvälisessä viestinnässä on sopeutuvaisuus. Kohtaamistilanteissa tärkeintä on toisen huomioon ottaminen, joustavuus ja viestintäherkkyys.<sup>37</sup>

Jos haluaa erityisesti tavoitella Suomeen muuttaneita siirtolaisia tai matkailijoita, on otettava huomioon, että he eivät ole yhtenäinen ryhmä. Suomeen muuttaneiden siirtolaisten lisäksi on myös Suomessa syntyneitä siirtolaisten jälkeläisiä ja sukupolvia, jotka muodostavat uusia suomalaisia etnisiä ja kulttuurisia vähemmistöjä. Myös eri kulttuuriryhmien sisällä on moninaisia ihmisiä, joita määrittävät monet muutkin ominaisuudet kuin heidän siirtolaisuutensa. Siirtolaisille kohdennetun viestinnän tehokkuus on pieni, jos heitä tarkastellaan yhtenä ryhmänä.

<sup>37</sup> Salo-Lee 2003, Communication & Design 2010, USLegal 2012.

Yksi tapa lähteä liikkeelle on tutkia oman alueen tilastoja ja selvittää, mitkä etniset vähemmistöt ovat suurimpia. Siirtolaisia voi lähteä tavoittelemaan kohdistetuilla keinoilla, esimerkiksi heidän omalla äidinkielellään. Myös siirtolaisten järjestöt ovat hyvä kanava, ja yleensä niiden kautta sana lähtee helposti leviämään. Eri ryhmillä on omia kanavia, tapoja, tarpeita ja kiinnostuksen kohteita. Osa yhteisöistä on kulttuurisesti hyvinkin aktiivisia. Toiset saattavat olla potentiaalisia tulevaisuuden yleisöjä, jos heidän tarpeensa otetaan huomioon jo tarjonnan suunnitteluvaiheessa.

Osa seuraa samalla lailla mediaa kuin syntyperäiset suomalaisetkin, mutta osa käyttää erilaisia kanavia. Monille tärkeimmät viestintäkanavat ovat Internet ja sosiaalinen media. Varsinkin siirtolaisten omalla äidinkielellä oleva tieto leviää helposti sosiaalisen median kautta.

Tavoitellessasi siirtolaisia tai matkailijoita ota huomioon suomalaisen valtakulttuurin ilmiöiden mahdollinen "vieraus". Tarvittaessa viestinnässä voi selittää tarkemmin, mistä kulttuuripalvelussa tai sen sisällössä on kysymys. Tämä voi lisätä aiheen kiinnostavuutta. Voit korostaa organisaatiosi olevan avoin osallistumiselle ja kuuluvan kaikille.<sup>38</sup>

#### Monikulttuurisuuden asiantuntijoita

- Cupore <http://www.cupore.fi/Monikulttuurisuus.php>
- Väestöliiton Monikulttuurinen osaamiskeskus  
<http://www.vaestoliitto.fi/monikulttuurisuus/monikulttuurinen-osaamiskeskus/>
- Helsingin kaupungin maahanmuuttoyksikön asiantuntijapalvelut  
[http://www.hel.fi/hki/sosv/fi/maahanmuuttajien\\_palvelut/maahanmuuttoyksikko/asiantuntijapalvelut](http://www.hel.fi/hki/sosv/fi/maahanmuuttajien_palvelut/maahanmuuttoyksikko/asiantuntijapalvelut)
- Sisäasianministeriö [http://www.intermin.fi/intermin/home.nsf/pages/index\\_fin](http://www.intermin.fi/intermin/home.nsf/pages/index_fin)
- Opetus- ja kulttuuriministeriö  
<http://www.minedu.fi/OPM/Kulttuuri/monikulttuurisuus/?lang=fi>

## 5 Viestintävälineiden saavutettavuus

Tässä luvussa kerrotaan, miten viestinnän eri kanavien ja välineiden saavutettavuudesta voidaan huolehtia. Jokaiselle viestimelle on kohdistettu erityisohjeita oman otsikkonsa alle. Lisäksi on hyvä muistaa luvun 3 "Ohjeita suunnitteluun" yleisohjeet. Esimerkiksi graafisen suunnittelun ohjeita voi soveltaa kaikkiin viestintämateriaaleihin.

Saavutettavan viestinnän tehostamisen perusta on, että viestit suunnitellaan sopiviksi vastaanottajille ja viestinnässä käytetään heille sopivia kanavia. On tärkeää viestiä useilla vaihtoehtoisilla tavoilla. Tarjontaa ei kannata jättää vain yhden aistin varaan. Sama tieto

<sup>38</sup> Salovaara & Tuura 2009, 6

voidaan esimerkiksi välittää äänen, kuvan ja tekstin avulla. Lisäksi esimerkiksi esite voi olla tarjolla isokirjoituksena, pistekirjoituksena ja selkokielisenä. Tekstin ohkeen voi lisätä ymmärtämistä tukevia kuvia. Verkkosivuilla kuville tulee tarjota tekstivastine eli alt-teksti. Olennaisimmista tiedoista voi olla verkkosivustolla tarjolla viittomakielinen video.<sup>39</sup> Videota ei kuitenkaan tule upottaa suoraan sivuun siten, että se käynnistyy automaattisesti, vaan se voidaan käynnistää linkistä.<sup>40</sup>

Vaikka kaikkea organisaatiota koskevaa informaatiota ei pystyisi tarjoamaan vaihtoehtoisissa muodoissa, voi hankkia pitkäaikaiseen käyttöön sopivaa materiaalia kulttuurikohteen pysyvistä tiedoista. Esimerkiksi verkkosivuilla voi tarjota tekstitetyt ja viittomakielisen esittelyvideon kohteesta.<sup>41</sup>

Pistekirjoitusta on yleensä suositeltu yhdeksi vaihtoehtoisen viestinnän tavaksi, mutta pistekirjoituksen lukutaito on Suomessa heikentymässä muun muassa sähköisen viestinnän lisääntymisen takia. Siksi pistekirjoituksen tarjoamista kannattaa miettiä yhdessä kohderyhmän kanssa. Pistekirjoituksellekin kannattaa tarjota vaihtoehto, esimerkiksi teksti sähköisessä muodossa tai äänitteenä.

## 5.1 Verkkosivut

Verkkosivulla on huolehdittava kielellisestä ja visuaalisesta selkeydestä. Lisäksi verkkosivujen on oltava teknisesti esteettömät: niitä on esimerkiksi voitava lukea näkövammaisten apuvälineillä. Verkkosivut ovat parhaimmassa tapauksessa viestinnän saavutettavin väline. Toisaalta saavutettavuudeltaan puutteelliset verkkosivut saattavat sulkea suuren määrän potentiaalisia kävijöitä informaation ulkopuolelle.

Verkkosivujen suunnittelussa kannattaa olla tarkka ja huolellinen, sillä ihmiset käyttävät internetiä monilla eri tavoilla, kuten eri selaimilla (tekstipohjaisilla ja graafisilla), ohjaustavoilla, apuvälineillä (esim. ruudunlukuohjelma), erikokoisilla näytöillä, eri aistien avulla, erilaisilla resoluutioilla ja eri käyttöjärjestelmillä.

Moni kulttuuritoimija huolehtii verkkosivujen sisällöstä ja ylläpidosta itse. Sen sijaan verkkosivujen graafinen suunnittelu ja tekninen toteutus tilataan usein ostopalveluna. Tilaajan ei tarvitse tuntea tarkasti kaikkia esteettömyyden teknisiä edellytyksiä. Tilaajan on kuitenkin hyvä tuntea verkkosivujen saavutettavuuden pääperiaatteet ja varmistaa, että sekä verkkosivuston graafinen suunnittelija että tekninen toteuttaja ottavat ne huomioon työssään. Esteettömyydestä on tärkeää huolehtia jo suunnitteluvaiheessa, sillä sivujen muuttaminen esteettömiksi voi olla työlästä jälkikäteen.

<sup>39</sup> Opetusministeriö 2002, 13; 2004, 16, 37 ja 2006, 8

<sup>40</sup> Pätynen & Salonen 2012

<sup>41</sup> Opetusministeriö 2004, 37

Verkkosivujen saavutettavuudesta on useita hyviä, suomenkielisiä oppaita (ks. luku 5.1.6 "Lisätietoa saavutettavista verkkosivuista"). Verkkosivujen esteettömyys kannattaa kuitenkin aina testauttaa ulkopuolisella arvioijalla. Verkkosivujen esteettömyyttä voi lisäksi testata joiltakin osin myös omatoimisesti (ks. luku 5.1.5 "Verkkosivujen esteettömyyden testaajia ja testausohjeita").

Oma verkkosivusto on kulttuuritoimijoille yleensä tärkein viestintäkanava internetissä, mutta monet käyttävät myös sosiaalista mediaa. Sosiaalista mediaa koskevat samat toiveet ja vaatimukset kuin verkkosivuja. Varsinkin luvun 5.1.3 "Ylläpitäjän muistilista" ohjeita voi käyttää soveltaen myös sosiaalisen median sisällön luomiseen. Tosin sosiaalisen median palveluita on hankalampi muokata, sillä käyttäjä ei pääse järjestelmään käsiksi. Siksi muistilistan ohjeiden toteuttaminen voi joissain tapauksissa olla mahdotonta.

#### 5.1.1 Tilaajan muistilista: verkkosivuston graafinen suunnittelu

- Aloitussivu ja sivuston rakenteen selkeys auttavat sivuston käyttäjää navigoinnissa.
- Navigointialue kannattaa sijoittaa sivuston vasempaan reunaan.
- Navigointirakenne kannattaa pitää samanlaisena sivuston kaikissa eri osissa.
- Sivuston ulkoasun johdonmukaisuus on tärkeää: samat elementit kannattaa pitää aina samassa kohdassa sivuston eri osissa (esimerkiksi kielivalinnat, navigointi ja hakutoiminto).
- Päävalikossa on hyvä olla oma linkki etusivulle.

Sivuston käyttäjän on koko ajan nähtävä, missä osiossa hän on ja miten osio sijoittuu verkkosivuston rakenteeseen. Kaikkien päätasojen eli pääaiheiden on oltava koko ajan nähtävillä. Lisäksi navigaatiossa kannattaa ilmaista se osa, jota käyttäjä parhaillaan tarkastelee. Se voidaan tehdä esimerkiksi kirjainta paksuntamalla ja/tai väriä tummentamalla. Sivustolla on lisäksi hyvä olla murupolku<sup>42</sup> (yleensä sivun yläreunassa tai sisältöalueen yläpuolella oleva linkkilista, joka näyttää nykyisen sivun ja sen yläpuolella olevat tasot<sup>43</sup>).

- Kielivalintojen on oltava ymmärrettäviä: niissä ei kannata viitata yksittäisiin maihin (mieluummin "suomeksi" ja "in English" kuin valtioiden lipuilla merkittynä).

<sup>42</sup> Pätynen & Salonen 2012

<sup>43</sup> Älli & Kara 2009, 28

### 5.1.2 Tilaajan muistilista: verkkosivuston tekninen toteutus

- Tilaajan on edellytettävä verkkosivuston tekniseltä toteuttajalta sivuston toteuttamista esteettömästi. Esteettömyysvaatimuksiin voi tutustua mm. Verkkosisällön saavutettavuusohjeet (WCAG) 2.0 -ohjeistuksen (<http://www.w3.org/Translations/WCAG20-fi/>) avulla.
- Heti navigointialueen alussa on hyvä olla hyppylinkki, jolla ruudunlukuohjelman käyttäjä voi halutessaan ohittaa navigaation ja siirtyä suoraan sisältöön.
- Verkkosivuilla tulee olla hakutoiminto ja selkeät ohjeet sen käyttöön.
- Käyttäjälle on hyvä tarjota mahdollisuus suurentaa ja pienentää sivuston tekstiä ja kuvia. Näkövammaisten tulisi päästä suurentamaan tekstin kokoa oman selaimensa asetuksista.
- Sivukartta helpottaa tiedon etsimistä ja rakenteen hahmottamista.
- Verkkosivuilla on hyvä olla virheilmoitus. Mikäli käyttäjä esimerkiksi naputtelee väärän linkin, sivulle tulee selkeä ilmoitus, josta ilmenee, mistä virhe voi johtua ja miten käyttäjän tulee toimia.
- Linkit tulee erottaa esimerkiksi alleviivauksella muusta tekstistä.
- Käyttäjän on nähtävä linkistä, onko hän käyttänyt sitä. Linkin väri voi esimerkiksi vaihtua tai vaalentua, kun sitä on käytetty.
- Verkkosivustolle on hyvä teettää ulkopuolinen esteettömyystestaus esimerkiksi Näkövammaisten Keskusliiton tiedonhallintapalvelujen kautta. Lisäksi verkkosivun saavutettavuutta esimerkiksi selkokielen käyttäjien näkökulmasta voi arvioida ulkopuolisen testaajan avulla.

### 5.1.3 Ylläpitäjän muistilista

- Tietoa voi välittää tekstin lisäksi myös äänen ja kuvien avulla.
- Kaikkien äänitiedostojen sisällöt on hyvä tarjota myös tekstivaihtoehtona, ja videot kannattaa mahdollisuuksien mukaan tekstittää.
- Kaikille sivuille on luotava selkeät ja ymmärrettävät URL-osoitteet.
- Jokaiseen kuvaan kannattaa sijoittaa alt-määrite, jotta myös ruudunlukuohjelmaa käyttävä henkilö saisi tietoa kuvan sisällöstä. Alt-määrite on lyhyt kuvaileva teksti, joka saadaan näytöllä näkyviin viemällä hiiren osoitin kuvan päälle (esimerkiksi "Valokuva Oulun kaupunginteatterin julkisivusta"). Alt-teksti on eri asia kuin kuvateksti. Alt-tekstin on tärkeää olla kuvan yhteydessä aina, mutta jos kuva ei sisällä käyttäjälle oleellista tietoa (esimerkiksi koristekuvat), voi alt-tekstin



jättää tyhjäksi (alt=""). Alt-määritteet kannattaa lisätä myös siksi, että hakukoneet löytävät paremmin sivuston. Myös sosiaalisessa mediassa, jossa kuvien rooli on yleensä suuri, kannattaa kuville tarjota tekstivaihtoehto esimerkiksi kuvatekstin avulla.

- Kuvalinkit ovat yleinen saavutettavuusongelma: linkit kannattaisi kirjoittaa aina auki tekstiksi, jotta käyttäjä tietää, mihin linkki johtaa.
- Jos linkejä on paljon, ne kannattaa koota tekstin jäljessä olevaksi listaksi kuin liittää tekstin sekaan.
- Linkkien tulee kuvata tarpeeksi tarkasti, mihin ne johtavat. Esimerkiksi linkit "lue lisää" tai "klikkaa tästä" eivät kerro ruudunlukuohjelmaa käyttävälle mitään, koska hän ei näe, mihin linkki liittyy. Jos linkki johtaa esimerkiksi seminaarin ohjelmaan, hyvä linkin nimi tai linkattava teksti voisi olla "Saavutettavuus-seminaarin ohjelma 1.12.2011".
- Tekstissä ei kannata käyttää tehokeinona alleviivausta, sillä se sotketaan usein linkkeihin.
- Sivuja kannattaa päivittää säännöllisesti ja poistaa vanhentuneet tiedot. Myös linkkien toimivuus on hyvä tarkistaa aika ajoin.
- Mikäli sivustolla on liitetiedostoja, kirjoita linkkiin huomautus tiedostomuodosta, esimerkiksi "[PDF]". Liitetiedostoon vievän linkin yhteydessä voi tarjota tiivistelmän tiedoston sisällöstä.
- PDF-tiedostoilla kannattaa olla tekstivaihtoehto (HTML, RTF tai esteetön DOC). Katso lisätietoja PDF- ja DOC-tiedostojen saavutettavuudesta luvusta 5.2 "Esitteet" ja 5.1.6 "Lisätietoa saavutettavista verkkosivuista".

#### 5.1.4 Verkkokirjoittaminen

Ruudulta lukeminen on hitaampaa kuin paperilta, joten verkkotekstistä kannattaa tehdä helpommin silmäiltävää, tiiviimpää ja jäsennellympää kuin painetusta tekstistä. On myös hyvä huomioda, että lukijat saattavat lukea sisältöä monessa eri järjestyksessä. Tämän vuoksi kunkin sivun tekstit kannattaa kirjoittaa siten, että ne toimivat myös itsenäisenä kokonaisuutena.<sup>44</sup>

Verkkotekstin rakenteeksi sopii hyvin uutisen rakenne eli tärkein asia sijoitetaan ensimmäiseksi ja siitä edetään vähemmän tärkeisiin asioihin. Tärkeitä sanoja voi korostaa esimerkiksi lihavoimilla. Otsikointi sekä luetteloiden käyttäminen helpottavat hahmottamista ja tiedonhakua.<sup>45</sup> Otsikoissa tulee käyttää HTML-tageja oikein, eli sivun

<sup>44</sup> Kortetjärvi-Nurmi, Kuronen & Ollikainen 2009, 94; Paasio 2008, 195–196 & Parkkola 2005, 61

<sup>45</sup> Kortetjärvi-Nurmi ym. 2009, 94, 134

päätös on H1 ja alaosat H2><sup>46</sup>. Tärkeät asiat on hyvä sanoa suoraan. Kielen kannattaa olla niin yksinkertaista kuin asiayhteys sallii.<sup>47</sup> Verkkoteksti kannattaa viimeistellä huolellisesti ja testata jollakin tulevalla lukijalla<sup>48</sup>.

#### 5.1.5 Verkkosivuston esteettömyyden testaajia ja testausohjeita:

- Papunet testaa verkkosivujen soveltuvuutta selkokielen käyttäjille.  
<http://papunet.net/yksikko/kayttavyuden-arviointi.html>
- Näkövammaisille soveltuvien verkkosivujen toteuttamisessa auttavat Näkövammaisten Keskusliitto ry:n tietohallintapalvelut ja Celia – Näkövammaisten kirjasto, jotka myös testaavat verkkosivuja.  
<http://www.nkl.fi/fi/etusivu/tietoa/esteettomyys/tilaaminen> ja <http://www.celia.fi>
- Näkövammaistahojen testausohjeet verkkosivuille ja -palveluille  
<http://www.nkl.fi/fi/etusivu/tietoa/esteettomyys/testohje>
- HTML-koodin virheettömyyden voi testata osoitteessa <http://validator.w3.org/>
- Ohjelmia sivuston testaamiseen värisokeille sopivaksi:  
<http://www.vischeck.com/vischeck/vischeckURL.php> ja  
<http://colorfilter.wickline.org/>
- Kokko-Kokki Oy: Testausohjeet verkkosivujen tekijälle  
<http://www.omat.fi/kokkoy/atk/esteettomyys.php>
- FAIDD Solutions Oy <http://faiddsolutions.com/>

#### 5.1.6 Lisätietoa saavutettavista verkkosivuista

- World Wide Web Consortiumin (W3C) WAI-ohjeet <http://www.w3.org/WAI/>
- W3C:n suomenkieliset Verkkosivujen sisällön saavutettavuusohjeet (WCAG) 2.0 <http://www.w3c.tut.fi/>
- JUHTAn (Julkisen hallinnon tietohallinnon neuvottelukunnan) JHS 129-suositukset: <http://www.jhs-suositukset.fi/web/guest/jhs/recommendations>. JHS 129 -suosituksissa on myös verkkosivuston päivittäjälle hyödyllistä tietoa.

<sup>46</sup> Pätynen & Salonen 2012

<sup>47</sup> Korpela 2003, 17

<sup>48</sup> Paasio 2008, 200

- Valtiovarainministeriön tuottama Verkkopalvelujen laatukriteeristö: <http://www.suomi.fi/suomifi/laatuverkko/laatukriteeristo/index.html>.
- Sami Ällin ja Henna Karan Saavutettavuus verkkopalvelussa – itseopiskelumateriaali: <http://yhdenvertaisuus-fi-bin.directo.fi/@Bin/75ddabb687d087c1edeb8ff74f0bd1f8/1315305979/application/pdf/156362/SAAVUTETTAVUUS%20VERKKOPALVELUISSA.pdf>. Tämä materiaali on suunnattu verkkopalveluista vastaaville henkilöille ja sisällöntuottajille, ei niinkään teknisille toteuttajille.
- Korpela, Jukka K. Www-sivut jokaiselle sopiviksi. Esteettömien verkkosivujen tekemisen opas kaikille tekijöille ja teettäville. Helsinki: TIEKE Tietoyhteiskunnan kehittämiskeskus ry. [http://www.tieke.fi/mp/db/file\\_library/x/IMG/13104/file/esteettomyysopas.pdf](http://www.tieke.fi/mp/db/file_library/x/IMG/13104/file/esteettomyysopas.pdf)
- Saavutettava.fi-sivusto julkaisee uutisia ja kirjoituksia saavutettavuudesta ja web-standardeista. <http://saavutettava.fi/>
- Essi – esteetön sisällöntuotanto -kurssi <http://appro.mit.jyu.fi/essikurssi/>
- Flash-sovellusten ja Java-applettien toteuttaminen saavutettavasti <http://www.webaim.org/techniques/flash/> ja <http://www.sun.com/accessibility/resources.jsp>
- JavaScript-koodin toteuttaminen saavutettavasti <http://www.webaim.org/techniques/javascript/>
- DOC-dokumenttien toteuttaminen saavutettavasti <http://webaim.org/techniques/word/>
- PDF-dokumenttien toteuttaminen saavutettavasti
  - WebAIM <http://www.webaim.org/techniques/acrobat/>
  - Saavutettava.fi <http://saavutettava.fi/2006/09/23/pdfn-saavutettavuuden-nelja-tasoa/>
  - Creating Accessible Adobe PDF Files [http://www.adobe.com/enterprise/accessibility/pdfs/acro6\\_pg\\_ue.pdf](http://www.adobe.com/enterprise/accessibility/pdfs/acro6_pg_ue.pdf)

## 5.2 Esitteet

Painotuotteiden suunnittelun yhteydessä kannattaa kiinnittää huomiota käytettäviin materiaaleihin. Esimerkiksi liian kiiltäviä paperilaatuja kannattaa välttää, koska valo saattaa heijastua niistä lukemista häiritsevästi<sup>49</sup>. Paperin tulisi myös olla tarpeeksi paksua, jotta sivun toisella puolella oleva teksti ei näy häiritsevästi läpi. Lisäksi painotuotteista kannattaa tehdä sellaiset, että niitä on helppo käsitellä. Esimerkiksi liian raskaat näyttelyluettelot tai kovin pitkät haitarimalliset esitteet ovat hankalia selata.

.....

<sup>49</sup> Itkonen 2006, 84; Virtanen 2002, 61



Paljon tietoa sisältävissä ohjelmakartoissa on erityisen tärkeää noudattaa selkeän graafisen suunnittelun ohjeita. Kun suuri määrä tietoa yritetään saada mahtumaan pieneen tilaan, syntyy hyvin helposti ongelmia sekavuudesta.

Jos esite on ladattavissa verkkosivuilta, kannattaa huomioida, että usein käytetty PDF-tiedostomuoto (Portable Document Format) ei ole saavutettava ruudunlukuohjelmaa käyttävän näkövammaisen henkilön kannalta. PDF:lle kannattaakin tarjota vaihtoehto eli HTML- tai tekstiversio. Esimerkiksi saavutettavasti toteutetut DOC- ja RTF-dokumentit ovat toimivia vaihtoehtoja. DOC-tiedostossa on tärkeää muistaa käyttää otsikkomäärityksiä. PDF-tiedostosta voi tehdä saavutettavan asettamalla huolellisesti tagit paikoilleen (linkkejä ohjeisiin löytyy kohdasta 5.1.6. "Lisätietoa saavutettavista verkkosivuista"), mutta silloin PDF:n lukemiseen tarvitaan erillinen ohjelmisto. Siksi käytännössä helpointa ja varmintä on tarjota PDF:lle vaihtoehto. Tekstiversion tarjoaminen kannattaa huomioida myös esimerkiksi silloin, jos käyttää PDF-tiedostoa sähköpostin liitteenä.

### 5.3 Asiakaspalvelu

Asiakaspalvelulla on suuri merkitys saavutettavuudesta ulospäin viestittäessä. Asiakkaan on löydettävä helposti henkilö, jolta voi kysyä apua tarvittaessa<sup>50</sup>, sekä paikan päällä että etukäteen. Esimerkiksi puhelinnumero verkkosivuilla ja tieto siitä, milloin numeroon voi soittaa, helpottaa neuvon kysymistä etukäteen.

Asiakkaiden kanssa tekemisissä olevilla henkilöillä tulee olla hyvät kommunikaatiotaidot. Useiden kielten ja vaihtoehtoisten kommunikaatiomuotojen hallitseminen on eduksi asiakaspalvelutyössä. Lisäksi asiakaspalvelijoiden on hyvä tietää selkokielisen vuorovaikutuksen periaatteet ja perustiedot erilaisista toimimisesteistä<sup>51</sup>. Ainakin tärkeimmissä asiakaspalvelupisteissä, kuten lipunmyynnissä ja infopisteessä, kannattaa olla kommunikaatiota helpottavia apuvälineitä. Hyviä perusvälineitä ymmärtämisen helpottamiseen ovat kynä ja paperi, kyllä/ei-kortit, valmiiksi kirjoitetut sanalistat ja kuvakansio, jonka avulla voi ilmaista asioita osoittamalla kuvia.<sup>52</sup>

Henkilökunnan on tunnettava yleisölle tarjolla olevat apuvälineet ja niiden käyttöohjeet. Lisäksi henkilökunnan joukosta on nimettävä henkilöitä, jotka vastaavat apuvälineiden huollosta ja ylläpidosta. Henkilökunnan tulisi tarjota apuvälineitä asiakkaille oma-aloitteisesti ja auttaa niiden käyttöönotossa.<sup>53</sup> Lisäksi henkilökunnan on tunnettava

<sup>50</sup> Svensson 2003, 89

<sup>51</sup> Opetusministeriö 2004, 20–21

<sup>52</sup> Opetusministeriö 2004, 45; Tietotekniikka- ja kommunikaatiokeskus Tikoteekki 2008, 7–8

<sup>53</sup> Opetusministeriö 2004, 15; Salovaara & Tuura 2009, 56

esteettömyyden peruseriaatteet ja se, miten ne toteutuvat kyseisessä kulttuurikohteessa.<sup>54</sup>

Henkilökunnalle kannattaa antaa eri kommunikaatiotapoihin liittyvää koulutusta<sup>55</sup>. Ylipäätään kaikkeen henkilöstölle tarjottuun koulutukseen kannattaa sisällyttää kulloiseenkin asiaan liittyvät saavutettavuus- ja moninaisuusnäkökulmat.<sup>56</sup>

## 5.4 Viestintä paikan päällä

Paikan päällä tapahtuvaan viestintään voidaan lukea esimerkiksi opasteet, kuulutukset, infopiste, salitekstit, kartat, käsiohjelmat, teosten nimikyltit, infotaulut ja lisätietoa tarjoavat näytöt.

Myös paikan päällä olevaa viestintää kannattaa tarjota vaihtoehtoisissa muodoissa. Saavutettavuuden kannalta on tärkeää, että informaatio on selkeää, helposti löydettävissä sekä monella aistilla vastaanotettavaa. Esimerkiksi kuulutusten sisällön voi tarjota tekstinä mahdollisilla näytöillä tai, jos näyttöjä ei ole käytössä, paperilla. Kuuluttajan on hyvä puhua selkeästi ja rauhallisesti yleiskieltä sekä toistaa tärkeimmät asiat. Lisäksi kuulutukset kannattaa tehdä useammalla kuin yhdellä kielellä.

Infopiste on hyvä merkitä näkyvästi ja infopisteelle opastamisessa voi hyödyntää symboleita. Infopiste kannattaa sijoittaa keskeiselle paikalle, johon on esteetön kulku. Infopisteessä voi olla tarjolla esimerkiksi mukaan otettavia kartoja ja/tai kohokartoja sekä mahdollisia lainattavia apuvälineitä. Infopiste tulee merkitä karttoihin ja opasteisiin. Sen sijainnista on hyvä tiedottaa myös etukäteen esimerkiksi verkkosivuilla.

Opasteissa kannattaa käyttää symboleja. Opasteet tulee valaista hyvin ja sijoittaa näkyvälle paikalle. Opasteita ei kannata laittaa lasipinnalle, sillä pinta heijastaa valoa ja siksi opastetta on vaikea hahmottaa. Taktiiliopasteet eli koholla olevat, kepillä tai käsin tunnusteltavat opasteet helpottavat näkövammaisten ihmisten liikkumista.

## 5.5 Suullinen esitys

Äänentoistoa kannattaa käyttää aina suurehkoissa tilassa tai silloin, jos kuulijoita on paljon.<sup>57</sup> Mikrofonin käytöllä voidaan varmistaa, että kaikki kuulevat. Muista tämä myös yleisössä ollessasi, esimerkiksi kysyessäsi tai kommentoidessasi. Jos tilassa on induktiosilmukka, mikrofonin puhuminen on välttämätöntä. Induktiosilmukan käyttäjät

<sup>54</sup> Opetusministeriö 2004, 15

<sup>55</sup> Opetusministeriö 2004, 20–21, 45

<sup>56</sup> Salovaara & Tuura 2009, 42

<sup>57</sup> Kortetjärvi-Nurmi ym. 2009, 285

kuulevat vain sen puheen, joka tulee mikrofonin kautta. Mikrofoniin puhuttaessa kannattaa yrittää pitää äänenvoimakkuus ja puhenopeus tasaisena.<sup>58</sup> Lisäksi on hyvä huolehtia, ettei mikrofoni peitä huuliota eli suun liikkeitä. Samasta syystä kasvojen valaistuksen tulisi olla riittävä. Mikäli puheesi tulkitaan, puhu rauhallisella nopeudella ja pidä pieniä taukoja. Näin helpotat tulkin työtä.

Liit yksityiskohdat kannattaa karsia puheesta pois (esimerkiksi suuret luvut), sillä niitä on vaikeampi hahmottaa puheessa kuin kirjoitetussa tekstissä, jossa lukija voi pysähtyä miettimään lukemaansa. Havainnollisuutta voi lisätä konkreettisilla esimerkeillä. Kertaa mahdollisuuksien mukaan esityksesi pääkohdat.

#### Diaesitys suullisen esityksen tukena

- Diaesityksessä olevan tekstin otsikon kirjainkooksi suositellaan vähintään kokoa 36 ja tekstin kokoa 24. Tarpeeksi suuri kirjainkoko varmistaa, että kauempanakin istuvat näkevät tekstin. Selkeä päätteetön kirjaintyyppi, kuten Arial, hahmottuu parhaiten.<sup>59</sup>
- Tekstin värin on erotuttava selkeästi taustaväristä (kontrasti 80 %), joten vaalea taustaväri ja tumma teksti ovat hyviä ratkaisuja.<sup>60</sup>
- Esitykseen kannattaa laittaa suurikokoisia kuvia.<sup>61</sup>
- Monitulkintaisia termejä ja lyhenteitä kannattaa välttää.<sup>62</sup>
- Diassa olevan tiedon määrä on hyvä pitää vähäisenä. Yhdelle dialle kannattaa laittaa yksi asia, yksi kuva tai kaavio tai kymmenkunta sanaa.<sup>63</sup> Keskeisimmät asiat on hyvä tuoda esiin sekä puheessa että dialla.
- Animoitteja eli esimerkiksi liikkuvia otsikoita ja muita ohjelmien erikoistehosteita kannattaa käyttää harkitusta.<sup>64</sup>
- Diojen määrää kannattaa rajoittaa, jotta jokaisen dian käsittelyyn jää tarpeeksi aikaa.<sup>65</sup>
- Yleisön kannattaa antaa katsoa uutta diaa hetki, ennen kuin alkaa kertoa suullisesti asioista.<sup>66</sup>

<sup>58</sup> Kortetjärvi-Nurmi ym. 2009, 285

<sup>59</sup> Kulttuurilla kaikille -palvelu 2011a, 3

<sup>60</sup> Kulttuurilla kaikille -palvelu 2011a, 3

<sup>61</sup> Siukosaari 2002, 166

<sup>62</sup> Puro 2004, 25

<sup>63</sup> Siukosaari 2002, Puro 2004, 25

<sup>64</sup> Puro 2004, 25

<sup>65</sup> Puro 2004, 25

<sup>66</sup> Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 1997, 221

- Esityksen kuvat voi kuvailla sanallisesti. Se on välttämätöntä, mikäli kuulijoissa on henkilöitä, jotka eivät näe kuvia.<sup>67</sup>

## 6 Palautteen kerääminen

Kaikesta viestinnästä kannattaa kerätä palautetta. Esimerkiksi verkkosivuilla voi olla palautelomake tai yhteystiedot henkilölle, jolle palautetta voi lähettää. Eri yhteyksissä on hyvä tuoda ilmi, että organisaatio on kiinnostunut palautteesta ja suhtautuu siihen myönteisesti<sup>68</sup>. Palautteen kautta saattaa nousta esiin hyviä parannusehdotuksia tai asioita, joita ei olisi muuten tullut ajatelleeksi. Palautetta voi pyytää erikseen tietyiltä kohderyhmiltä, jos haluaa saada tietoa juuri sen kohderyhmän tavoittamisesta tai kuulla heidän kokemuksiaan kulttuuritoimijasta ja sen viestinnästä.

Kaikki viestintä tuottaa palautetta, joten sitä kannattaa analysoida silloinkin, kun palautetta ei erikseen kerätä. Palautetta on asiakkailta tulevien ja kerättävien kommenttien lisäksi esimerkiksi sekin, paljonko ihmisiä kulttuuritapahtumaan tulee ja onko heissä mahdollisesti erityis- tai vähemmistöryhmien edustajia.

<sup>67</sup> Kulttuuria kaikille -palvelu 2011a, 3

<sup>68</sup> Kuluttajavirasto 2011

## Lähteet

- Communication & Design 2010. 3 Tips for Effective Global Communication. Viitattu 10.2.2012. <http://communication-design.net/3-tips-for-effective-global-communication/>
- Hiltunen, Anna-Kaisa. Sanasto monikulttuurisuudesta. Taidemuseoalan kehittämissyysikkö Kehys: Kulttuurivähemmistöprojekti. Viitattu 10.2.2012. [http://www.cultureforall.info/doc/monikulttuurisuus\\_kansio/sanasto.pdf](http://www.cultureforall.info/doc/monikulttuurisuus_kansio/sanasto.pdf)
- Hirsjärvi, Sirkka; Remes, Pirkko ja Sajavaara, Paula 1997. Tutki ja kirjoita. Helsinki: Tammi.
- Itkonen, Markus 2003. Typografian käsikirja. Helsinki: RPS-yhtiöt.
- Itkonen, Markus 2006. Typografia ja luettavuus. Teoksessa Leskelä, Leelauro & Virtanen, Hannu (toim.) 2006. Toisin sanoen. Selkokielen teoriaa ja käytäntöä. Helsinki: Oppimateriaalikeskus Opike, s.72-86.
- Itkonen, Markus 2012. Saavutettavan viestinnän oppaan tarkistaminen. Email outi.salo@humak.edu 4.3.2012.
- Korpela, Jukka K. 2003. Www-sivut jokaiselle sopiviksi. Esteettömien verkkosivujen tekemisen opas kaikille tekijöille ja teettäjille. Helsinki: TIEKE Tietoyhteiskunnan kehittämiskeskus ry. Viitattu 4.10.2011. [http://www.tieke.fi/mp/db/file\\_library/x/IMG/13104/file/esteettomyysopas.pdf](http://www.tieke.fi/mp/db/file_library/x/IMG/13104/file/esteettomyysopas.pdf)
- Kortetjärvi-Numi, Sirkka; Kuronen, Maija-Liisa & Ollikainen, Marja 2009. Yrityksen viestintä. Helsinki: Edita. 5.-6. painos.
- Kulttuuria kaikille -palvelu 2011a. Tarkistuslista esteettömän koulutuksen järjestäjälle. Viitattu 18.7.2011. [http://www.kulttuuriakaikille.fi/doc/tarkistuslistat/esteettoman\\_koulutuksen\\_jarjestaminen\\_tarkistuslista.pdf](http://www.kulttuuriakaikille.fi/doc/tarkistuslistat/esteettoman_koulutuksen_jarjestaminen_tarkistuslista.pdf)
- Kulttuuria kaikille -palvelu 2011b. Symboleja viestintään. Viitattu 24.9.2011. [http://www.kulttuuriakaikille.info/saavutettavuus\\_symboleja\\_viestintaan](http://www.kulttuuriakaikille.info/saavutettavuus_symboleja_viestintaan)
- Kulttuuria kaikille -palvelu 2011c. Kulttuurifestivaalien ja -tapahtumien saavutettavuus. Keväällä 2011 toteutetun kyselyn tulokset. Viitattu 15.12.2011. [http://www.cultureforall.info/doc/tutkimukset\\_ja\\_raportit/Kulttuurifestivaalien\\_ja\\_tapahtumien\\_saavutettavuus.pdf](http://www.cultureforall.info/doc/tutkimukset_ja_raportit/Kulttuurifestivaalien_ja_tapahtumien_saavutettavuus.pdf)
- Kulttuuria kaikille -palvelu 2012 (julkaistaan keväällä 2012). Vammaisten ihmisten kokemukset taide- ja kulttuuripalvelujen käyttäjinä. Kyselyyn ja haastatteluihin perustuva selvitys vuonna 2011.
- Kultturiavirasto 2011. Tietoa yrityksille asiakaspalautteesta. Viitattu 7.11.2011. <http://www.kultturiavirasto.fi/fi-fi/yritykselle/asiakaspalvelu/palautte/>
- Museums Libraries Archives (MLA) 2004. "Access for All" Toolkit. Enabling inclusion for museums, libraries and archives. Viitattu 20.9.2011 [http://www.mla.gov.uk/what/raising\\_standards/improvement/~media/Files/pdf/2004/access\\_for\\_all\\_toolkit.ashx](http://www.mla.gov.uk/what/raising_standards/improvement/~media/Files/pdf/2004/access_for_all_toolkit.ashx)
- Näkövammaisten Keskusliitto ry 2011. Suositus painetun tekstin tekijöille. Viitattu 2.10.2011. [http://www.nkl.fi/fi/etusivu/oikeus/lausunto/suosituks/painettu\\_teksti](http://www.nkl.fi/fi/etusivu/oikeus/lausunto/suosituks/painettu_teksti)
- Ohtonen, Marianna 2002. Selkokieli Internetissä. Teoksessa Virtanen, Hannu (toim.) 2002. Selko-opas. Tampere: Kehitysvammaliitto, s. 69-82.
- Opetusministeriö 2002. Kulttuuria kaikille. Esitys vammaiskulttuurin ja kulttuurin saavutettavuuden edistämiseksi. Opetusministeriön työryhmien muistioita 30:2002.
- Opetusministeriö 2004. Taide tarjolle, kulttuuri kaikille. Vammaiset ja kulttuuri -toimikunnan ehdotus toimenpideohjelmaksi. Opetusministeriön julkaisuja 2004:29.
- Opetusministeriö 2006. Taiteen ja kulttuurin saavutettavuus. Opetusministeriön toimenpideohjelma 2006–2010. Opetusministeriön julkaisuja 2006:6.
- Paasio, Harri 2008. Tietokirjoittaja verkossa. Teoksessa Jussila, Raimo; Ojanen, Eero ja Tuominen, Taija (toim.) 2008. Tieto kirjaksi. Helsinki: Kansanvalistusseura. 1.-2. painos, s. 195-210.
- Parkkola, Timo 2005. Kulttuurituottajan tiedotusopas. Helsinki: Humanistinen ammattikorkeakoulu. Sarja C. Oppimateriaalit 12/2005.
- Puro, Jukka-Pekka 2004. Onnistu viestinnässä. Juva: WSOY.
- Pätynen, Tommi ja Salonen, Kirsti-Sisko (Näkövammaisten Keskusliitto) 2012. Saavutettavan viestinnän oppaan tarkistaminen. Email outi.salo@humak.edu 24.2.2012.
- Salonen, Liisa 2003. Kulttuurienvälinen viestintä. Viitattu 10.2.2012. [http://www.jyu.fi/viesti/verkkotuotanto/vyviperust/artikkelit/kulttuurienvalainen\\_viestinta.html](http://www.jyu.fi/viesti/verkkotuotanto/vyviperust/artikkelit/kulttuurienvalainen_viestinta.html)
- Salovaara, Sari ja Tuura, Kristiina 2009. Toimittanut Pettersson, Susanna. Kaikkien taidemuseo. Saavutettavuus ja diversiteetti Valtion taidemuseossa 2009–2013. Valtion taidemuseon mietinnöt ja strategiat Vtm dnro 2/402/2009.
- Selkokeskus 2011. Viitattu 15.8.2011. <http://papunet.net/selkokeskus/teoriaa/maaritelma.html>

Viestintää kaikille  
Saavutettavan viestinnän opas kulttuuritoimijoille  
Koonnut Outi Salo

Kulttuuria kaikille -palvelu  
Kehittäminen ja yhteiskuntasuhteet KEHYS  
Valtion taidemuseo Kaivokatu 2, 00100 Helsinki



- Siukosaari, Anssi 2002. Yhteisöviestinnän opas. Yrityksen, järjestön, laitoksen, julkishallinnon yksikön ja muun yhteisön yhteydenpito ja tiedotustoiminta. Helsinki: Tietosanoma. 2. tarkistettu painos.
- Svensson, Elisabet 2003. Museo kaikille – Pohjoismainen esteettömyys- ja saavutettavuusopas. Suomentaja GeEdu, suomeksi toimittanut Sari Salovaara. Helsinki: Taidemuseoalan kehittämissyksikkö KEHYS, Valtion taidemuseo.
- Tietotekniikka- ja kommunikaatiokeskus Tikoteekki 2008. Opas kommunikoinnin mahdollisuuksiin. Viitattu 20.1.2012.  
[http://papunet.net/tietoa/fileadmin/muut/Esitteet/opas\\_kommunikoinnin\\_mahdollisuuksiin\\_2008.pdf](http://papunet.net/tietoa/fileadmin/muut/Esitteet/opas_kommunikoinnin_mahdollisuuksiin_2008.pdf)
- USLegal 2012. Intercultural Communication Law & Legal Definition. Viitattu 10.2.2012.  
<http://definitions.uslegal.com/i/intercultural-communication/>
- Valtiovarainministeriö 2004. Julkisten verkkopalveluiden laatukriteerit. Työryhmämuistioita 8/2004. Helsinki: Edita.
- Virtanen, Hannu 2002. Selkojulkaisujen ulkoasusta. Teoksessa Virtanen, Hannu (toim.) 2002. Selko-opas. Tampere: Kehitysvammaliitto. s. 53-68.
- Virtanen, Hannu 2009. Selkokielen käsikirja. Helsinki: Oppimateriaalikeskus Opike.
- WCAG 2011. Verkkosisällön saavutettavuusohjeet (WCAG) 2.0. Viitattu 31.1.2012.  
<http://www.w3.org/Translations/WCAG20-fi/>
- Wiio, Antti 2004. Käyttäjystävällisen sovelluksen suunnittelu. Helsinki: Edita, IT Press. 1. painos.
- Wiio, Osmo A. 1968. Ymmärretäänkö sanomasi? Helsinki: Weilin+Göös. 3. laajennettu painos.
- Wiio, Osmo A. 2009. Viestintä yleensä epäonnistuu, paitsi sattumalta. Wiion lait viestinnästä ja tulevaisuudesta. Helsinki: Deltakirja.
- Älli, Samo & Kara, Henna 2009. Saavutettavuus verkkopalvelussa. Itseopiskelumateriaali. Viitattu 10.4.2012.  
<http://yhdenvertaisuus-fi-bin.directo.fi/@Bin/f1f12da880a54c17b605baa1c22e4406/1334069657/application/pdf/156362/SAAVUTETTAVUUS%20VERKKOPALVELUISSA.pdf>

## Liitteet

### Liite 1. Lyhyt tarkistuslista viestinnän saavutettavuudesta

Tämä tarkistuslista on tarkoitettu avuksi viestinnän saavutettavuuden omatoimiseen kartoittamiseen. Se on tehty Viestintää kaikille -oppaan tueksi, mutta sitä voi käyttää myös itsenäisenä työkaluna.

	KYLLÄ	EI
1. Ovatko käyttämänne viestintämateriaalit visuaalisesti selkeitä?		
2. Onko viestintämateriaaleissa käytetty kieli selkeää ja ymmärrettävää?		
3. Ovatko tärkeimmät tiedot helposti löydettävissä ja ymmärrettävissä?		
4. Kerrotaanko kohteen saavutettavuudesta symbolien ja tekstien avulla:  a. verkkosivuilla  b. esitteissä		
5. Kerrotaanko mahdollisista osallistumista haittaavista esteistä tekstien avulla:  a. verkkosivuilla  b. esitteissä		
6. Annetaanko esimerkiksi verkkosivuilla ja esitteissä yhteystiedot henkilölle, jolta saa lisätietoja kohteen saavutettavuudesta?		
7. Onko viestinnässä käytetty useita eri kieliä?		
8. Onko selkokielistä viestintää?		
9. Onko viittomakielistä viestintää?		
10. Käytetäänkö viestinnässä vaihtelevia esitystapoja, sekä ääneen että visuaaliseen informaatioon perustuvia?		

sivu 34 / 34

11. Käytetäänkö viestinnässä useita erilaisia välineitä?		
12. Käytetäänkö viestinnässä tekstiä tukevia kuvia?		
13. Ovatko verkkosivut esteettömät? (ks. Verkkosisällön saavutettavuusohjeet (WCAG) 2.0 -ohjeistus)		
14. Onko verkkosivuille teetetty esteettömyystestaus näkövammaisten käyttäjien kannalta?		
15. Kohdennetaanko tiedottamista myös vähemmistö- ja erityisryhmille?		
16. Pyydetäänkö asiakkailta palautetta viestinnästä?		